PN-ABQ-542
ISN # 85900

Evaluation du Secteur de la Micro-Entreprise et Strategie au Burkina Faso

Volume I: Rapport Principal

Rapport technique GEMINI No. 18

GEMINI

GROWTH and EQUITY through MICROENTERPRISE INVESTMENTS and INSTITUTIONS
7250 Woodmont Avenue, Suite 200, Bethesda, Maryland 20814

DEVELOPMENT ALTERNATIVES, INC. • Michigan State University • ACCION International • Management Systems International, Inc. • Opportunity International • Technoserve • World Education

Evaluation du Secteur de la Micro-Entreprise et Strategie au Burkina Faso

par

William Grant, Chef d'équipe
Matthew Gamser
Jim Herne
Karen McKay
Abdoulaye Sow
Sibry Jean-Marie Tapsoba

Août 1991

La présente étude a été financée par l'Agence américaine pour le développement international, Bureau pour l'Asie et l'entreprise privée, Section de la petite entreprise, de la micro-entreprise et de l'entreprise traditionnelle, par le biais d'un financement de base pour le Projet La Microentreprise: Organe de Croissance et d'Equité GEMINI: Un programme pour renforcer son cadre institutionnel et susciter des investissements, Contrat N° DHR-5448-C-00-9080-01, et par le biais de la participation financière du Bureau pour l'Afrique, Section des Affaires du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest, Contrat N° DHR-5448-Q-04-9081-00, du Bureau du Représentant de l'A.I.D./Burkina Faso, Contrat N° DHR-5448-04-9081-01, et du Bureau pour la planification et la coordination des politiques, Section Femmes dans le développement, Contrat N° DHR-5448-Q-04-9081-02.

0
1

REMERCIEMENTS

Les consultants tiennent à remercier le Bureau du Représentant de l'Agence américaine pour le développement international à Ouagadougou et la Chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat (CCIA) de leur appui à cette mission au Burkina Faso. Issa Koussoube et Sally Sharp de l'USAID et Benoît Ouattara de la CCIA ont fourni des conseils et un appui particulièrement importants. Nous aimerions également remercier l'AID/APRE/SMIE et l'AID/PPC/WID de leur appui financier au projet GEMINI pour cette mission.

Le travail sur le terrain au titre de cette mission a été réalisé en six semaines, en janvier, avril et mai 1991. Les analyses des filières n'auraient pas pu être entreprises sans l'activité énergique et la compétence de nos collègues chercheurs Mahamadou Compaore, Mamoudou Dabre, Justine Diarra et Fatoumata Kante. Leur travail et dévouement ont fait qu'une grande partie du travail a pu être réalisée en un bref laps de temps. Les consultants seuls sont cependant responsables de toute erreur présente dans ce rapport.

Nos remerciements vont également à Tullin Pulley, Don Mead, Jennifer Santer et au Bureau chargé des publications de Development Alternatives, Inc. (DAI) pour leurs conseils et leur appui inestimables pendant la préparation et la compilation du présent rapport.

TABLE DES MATIERES

Page

VOLUME I

RAPPORT PRINCIPAL

SIGLES ix

RESUME ANALYTIQUE xi

CHAPITRE I

DONNEES DE BASE ET APERCU GENERAL DE LA MISSION 1

INTRODUCTION 1
- Raison d'être de l'exercice de stratégie 1
- Objectifs et approches 2

CONTEXTE DE L'ETUDE 2
- Environnement macro-économique 2
- Activité des micro et des petites entreprises 3
- Questions concernant le sexe 6

CHAPITRE II

ANALYSES DES FILIERES ET PERSPECTIVES DE CROISSANCE POUR LES PETITES ENTREPRISES 9

L'APPROCHE DE FILIERE 9
- Principes généraux 9
- Méthodologie 10
- Critères de sélection 10

RESULTATS DES ANALYSES DES FILIERES 13
- Peaux et cuirs 13
- Textile (filature et tissage) 16
- Confection 20
- Construction 25
- Cosmétiques 29
- Matériel agricole 33
- Sommaire 37

CHAPITRE III

CONTRAINTES MAJEURES 39

MARCHES FAUSSES PAR L'INTERVENTION DE L'ETAT 39
ACCES LIMITE AU CAPITAL 39
Crédit aux entreprises 40
Crédit à la consommation 40
FAIBLESSE DE LA GESTION ET DES COMPETENCES TECHNIQUES 41
Qualité 41
Commercialisation: analyse et distribution 41
Gestion de la production et de la commercialisation 41
COMPETENCES MAL ADAPTEES ET PROGRAMMES DE TRANSFERT DE TECHNOLOGIE 42
COUT ELEVE DES PRODUITS INTERMEDIAIRES 42
MARGINALISATION PAR LES ENTREPRISES ETATISEES ET LES GROSSES ENTREPRISES PRIVEES INEFFICACES 43
ENVIRONNEMENT POLITIQUE ET REGLEMENTAIRE 43
Régime foncier 43
Politique fiscale 43
Politiques d'assistance financière du gouvernement et des donateurs 44
Politiques de commercialisation du karité 44

CHAPITRE IV

APPUI INSTITUTIONNEL AUX MICRO ET PETITES ENTREPRISES 45

FORMATION 45
ASPECT FINANCIER 46
Crédit institutionnalisé 46
Caisses d'épargne et de crédit 47
Petits programmes de crédit des ONG 47
ASSISTANCE TECHNIQUE AUX ENTREPRISES 48
DEVELOPPEMENT ET TRANSFERT DE TECHNOLOGIE 48
GROUPES D'INTERET ET COORDINATION: SYNDICATS, ONG ET AGENCES GOUVERNEMENTALES 49
CONCLUSION 51

CHAPITRE V

OPTIONS DE STRATEGIE POUR MICRO-ENTREPRISES 53

POTENTIEL D'INTERVENTION 53
Majeur accès au capital 53
Développement des marchés 55
Formation et transfert de technologie 56
POLITIQUE, ET REFORME ADMINISTRATIVE ET DE LA REGLEMENTATION 57
COORDINATION DES DONATEURS ET DU PAYS D'ACCUEIL 57
OPTIONS STRATEGIQUES POUR LA CHAMBRE DE COMMERCE 58
Conclusion 63

VOLUME II

ANNEXES

ANNEXE A: ANALYSE DE LA FILIERE DES PEAUX ET CUIRS A-1

ANNEXE B: ANALYSE DE LA FILIERE DU TISSAGE B-1

ANNEXE C: ANALYSE DE LA FILIERE DE LA CONFECTION C-1

ANNEXE D: ANALYSE DE LA FILIERE DE LA CONSTRUCTION D-1

ANNEXE E: ANALYSE DE LA FILIERE DES COSMETIQUES E-1

ANNEXE F: ANALYSE DE LA FILIERE DU MATERIEL AGRICOLE F-1

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

Tableau		Page
1	Activités artisanales par filière	5
2	Institutions impliquées dans le développement des MPE	7
3	Intervenants des filières au Burkina Faso et critères	12
4	Résultats des analyses des filières (Sommaire)	38

Figure		
1	Carte de la filière des peaux et cuirs, entreprises et emploi	15
2	Carte de la filière du tissage	18
3	Carte de la filière de la confection	22
4	Carte de la filière de la construction	27
5	Carte de la filière des cosmétiques	31
6	Carte de la filière du matériel agricole	35

SIGLES

ACDI	Agence Canadienne de Développement Internationale
AFR/SWA	A.I.D.'s Africa Bureau/Sahel West Africa Office
AIPB	Assistance aux Initiatives Productives de Base
APICOMA	Construction de Machines Agricoles
APRE/SMIE	A.I.D.'s Bureau for Asia and Private Enterprise/Small and Medium Industrial Enterprises
BCEAO	Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest
BIAO	Banque Internationale de l'Afrique Occidentale
BSONG	Bureau de Suivi des ONGs
CCCE	Caisse Centrale de Coopération Economique
CCIA	Chambre de Commerce, de l'Industrie et de l'Artisanat
CEC	Caisse d'Epargne Crédit
CFA	Communauté Financière Africaine
CFFA	Centre Féminine de Formation Artisanale
CIPPA	Comité Interministérielle sur la Politique de la Promotion Artisanale
CNCA	Caisse Nationale de Crédit Agricole
CNEA	Centre National d'Equipement Agricole
CNPAR	Centre Nationale de Perfectionnement des Artisans Ruraux
CRES	Comité Révolutionnaire Economique et Sociale
CSPPA	Caisse de Stabilisation des Prix des Produits Agricoles
CTA	Centre de Technologie Appliqué
DEST	Direction de l'Enseignement Secondaire Technique
EEC	European Economic Community
FED	Fonds Européen de Développement
GDP	Gross Domestic Product
GEMINI	Growth and Equity through Microenterprise Investments and Institutions
GOBF	Government of Burkina Faso
IBE	Institut Burkinabé de l'Energie
IBRD	International Bank for Reconstruction and Development (World Bank)
ILO	International Labor Organization
IMF	Impôt Minimum Forfaitaire
INSD	Institut National de Statistiques et de Démographie
MSE	Micro- and small-scale enterprise
NGO	Nongovernmental Organization
NRMS	Natural Resource Management Support
ONPE	Office Nationale pour la Promotion de l'Emploi
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
PPC/WID	A.I.D.'s Program and Policy Coordination/Women in Development
PVO	Private Voluntary Organization
SBCP	Société Burkinabé des Cuirs et Peaux
SBMC	Société Burkinabé pour la Manufacture de la Cuir
SDID	Société de Développement Internationale DesJardins
SPONG	Secrétariat Permanent des Organisations Non Gouvernementales
TCA	Taxe sur le Chiffre d'Affaires
UMOA	Union Monétaire Ouest Africain
USAID	United States Agency for International Development

RESUME ANALYTIQUE

En réponse à l'intérêt manifesté par la Chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat du Burkina Faso (CCIA) d'élargir son activité d'assistance à la micro et à la petite entreprise (MPE), le Bureau du Représentant de l'Agence américaine pour le développement international/Ouagadougou, de concert avec l'A.I.D./Washington, ont donné mission de faire une étude de ses options stratégiques en matière de programmation des MPE. Le but de l'étude était d'examiner les opportunités pour les MPE et les contraintes majeures auxquelles elles sont confrontées au Burkina Faso, et d'esquisser une série d'options pour le travail futur de l'USAID et de la CCIA dans ce domaine.

Les analyses des filières, l'examen des canaux verticaux dans lesquels a lieu l'interaction des petites et des grosses entreprises pour transformer les matières premières en produits finis et pour livrer ces produits aux marchés ont formé la base de l'examen stratégique. Une analyse approfondie de six filières (filature et tissage, peaux et cuirs, confection, cosmétiques, construction et matériel agricole) a permis d'identifier de nombreuses contraintes auxquelles est confrontée la croissance des MPE ainsi que de nombreuses opportunités. Les résultats spécifiques de ces six analyses révèlent des domaines de problèmes communs. Des études des institutions appuyant les activités des MPE et de l'environnement politique complètent cette évaluation. Les résultats des ces analyses forment la base d'une série d'options stratégiques ouvertes à l'A.I.D. pour apporter une assistance rentable à la communauté des MPE.

MICRO ET PETITES ENTREPRISES AU BURKINA FASO

Le recensement de 1985 dénombrait 528 000 personnes (dont 307 000 femmes et 221 000 hommes) employées à plein ou à mi-temps dans les MPE. Ceci représente 13 pour cent de la population économiquement active et 20 pour cent du PIB (plus de 100 milliards de FCFA). Dans les zones rurales, les MPE emploient 85 pour cent du total des effectifs des MPE, et 48 pour cent de ceux employés principalement dans les MPE proviennent des zones rurales. Les MPE jouent un rôle particulièrement important du fait qu'elles fournissent des emplois dans les zones urbaines à forte croissance du Burkina Faso, représentant environ 85 pour cent de tous les emplois salariés à Ouagadougou.

Appui institutionnel

Environ 23 agences du gouvernement du Burkina Faso (GDBF) affiliées à 14 ministères, au moins 20 organisations non gouvernementales (ONG) et une douzaine de donateurs, sont impliqués dans les activités connexes aux MPE. Certains donateurs et projets d'ONG sont en train d'acquérir une précieuse expérience et de collecter des données de grande valeur susceptibles d'orienter des interventions futures. Il y a eu des échecs, mais certains projets aident le développement d'institutions informelles naissantes qui appuient effectivement les MPE.

Le niveau de l'assistance des donateurs aux MPE ne cesse de s'accroître; cependant, la coordination entre donateurs et agences gouvernementales a été faible. Il y a des cas où différentes agences se font concurrence ou rivalisent avec les MPE pour les mêmes marchés, et les gros projets des donateurs actuellement en cours de préparation ne prennent pas en considération leur impact sur les programmes moins importants déjà établis.

Contraintes

Les majeures contraintes auxquelles fait face la croissance des MPE au Burkina Faso sont reportées ci-après.

Marchés faussés par l'intervention de l'Etat. L'intervention du GDBF en tant que teneur de marché a été forte dans plusieurs filières (filature et tissage, construction et matériel agricole), augmentant artificiellement la demande et provoquant une crise lorsqu'elle cesse.

Accès limité au capital. Le secteur bancaire formel n'est pas disposé à accorder des prêts aux MPE du fait que les coûts du crédit à petite échelle dépassent de loin le taux d'intérêt maximum de 16 pour cent. Octroyer des prêts à des particuliers pour des grosses dépenses (comme l'achat de maisons d'habitation ou de matériel agricole) est strictement limité. Les femmes entrepreneurs peuvent être aux prises avec une double difficulté, avec des restrictions sociales sur les activités "publiques" exigeant un apport de capital initial plus important pour ouvrir leurs "propres" boutiques.

Faiblesse de la gestion et des compétences techniques. Ceci est le plus manifeste dans la finition des produits, les analyses des marchés et la gestion des systèmes de production et de commercialisation. Les programmes de formation technique n'ont pas réussi à s'adapter aux besoins changeants du marché et à enseigner comment identifier de nouveaux créneaux de marché. Ces problèmes sont peut-être plus critiques pour les femmes qui ne sont entrepreneurs que depuis peu de temps et qui n'ont bénéficié d'encore moins de formation que les hommes.

Compétences mal adaptées et Programmes de transfert de technologie. Les programmes de formation technique ont subi peu de changements depuis leur élaboration, il y a de cela 10 ans, alors que les marchés ont considérablement évolué. Le secteur privé est peu impliqué dans les travaux de recherche et développement; il en résulte que les nouvelles technologies ne s'intègrent pas facilement dans les canaux de production établis.

Produits intermédiaires chers. Le coût élevé des matières essentielles fait que les industries ne sont pas compétitives (filature et tissage) ou simplement trop chères (construction).

Marginalisation. Les forgerons et les tisserands sont marginalisés des marchés rentables par les grosses entreprises publiques qui, elles-mêmes, ne survivent que grâce à de fortes subventions de l'Etat.

Environnement politique et réglementaire négatif. Des mesures vagues et souvent contradictoires en matière de régime foncier, de politique fiscale et de commercialisation des produits agricoles imposent des charges disproportionnées sur les MPE et privent les consommateurs de la sécurité qui pourrait faire augmenter leur pouvoir d'achat.

Opportunités

Un majeur accès au capital a déjà commencé, sur une petite échelle, grâce à l'assistance aux projets. On peut élargir cet accès en reproduisant et en complétant les programmes de crédit qui commencent à développer des systèmes financiers plus durables et à mobiliser des ressources financières locales. On risque d'annuler leurs acquis en lançant des programmes compétitifs qui offrent davantage de capital à des conditions plus avantageuses, mais qui ne peuvent pas être maintenus. La Caisse nationale de crédit agricole (CNCA) pourrait élargir son crédit pour couvrir le matériel acheté auprès des MPE ainsi qu'auprès des producteurs nationaux. De nouvelles options de prêt à la consommation pourraient

être mises en place pour encourager l'adoption de nouveaux matériaux de construction et de nouvelles conceptions plus économiques dans le secteur du bâtiment.

Le GDBF peut jouer un rôle important en tant que teneur de marché, à condition qu'il le fasse en concevant et en exécutant ses politiques avec circonspection, afin de refléter les rentabilités économiques et l'avantage comparatif (par exemple, en commandant du matériel agricole auprès de forgerons compétents formés par l'Etat). Il peut également rendre les MPE plus compétitives en éliminant les subventions aux grosses entreprises publiques avec lesquelles les MPE sont en concurrence. Le secteur privé peut servir de pont pour orienter les MPE vers des canaux plus productifs; par exemple, les commerçants en peaux et en produits de l'artisanat peuvent aider les artisans du cuir à passer du stade des simples sacs et objets pour touristes à des produits grand public.

L'innovation technologique pour faire baisser les coûts de production est souvent indispensable pour stimuler la demande. Les filières de la construction et du prêt-à-porter traditionnel pourraient rester deux filières importantes pour les MPE si on arrivait à faire baisser les coûts de production tout en maintenant la qualité. On pourrait développer une formation qui a davantage une vocation de marché et qui met plus l'accent sur les marchés, et les entreprises privées pourraient entreprendre une part plus importante de la recherche et du développement, comme cela est en train de se produire dans le cadre de la nouvelle initiative du gouvernement de "construire avec la terre". Les programmes de formation pourraient être décompartimentés pour mieux s'intégrer dans les environnements changeants des marchés de nombreuses entreprises.

Améliorer l'environnement politique. On pourrait aider les entreprises locales à effectuer des analyses plus approfondies de l'impact des réglementations gouvernementales inconsistantes ou discriminatoires. Le simple fait de faire le tri des domaines dans lesquels les différents ministères ou donateurs agissent d'une manière inconséquente ou discriminatoire, et d'améliorer les communications entre organisations et projets, aiderait beaucoup le développement des MPE. Les donateurs devraient tenir des réunions régulières permettant un échange d'information

Coordonner les interventions des donateurs. Les donateurs pourraient exhorter les projets bénéficiant d'un financement extérieur à faire une utilisation optimale des petits producteurs et fournisseurs locaux. Ils pourraient concentrer les efforts de coordination sur des filières particulières, ce pour produire un programme d'action concret et immédiat. Ils pourraient élaborer des directives de politique pour les programmes de crédit et leur financement.

OPTIONS STRATEGIQUES

L'USAID/Burkina Faso dispose de plusieurs options stratégiques, dépendant du niveau des ressources qu'elle peut consacrer à l'appui des MPE. Les activités du Bureau du Représentant de l'Agence américaine pour le développement international ont été limitées ces dernières années; quoi qu'il en soit, l'USAID a établi de bonnes relations de travail avec le gouvernement et jouit d'une forte crédibilité. Ceci a permis de créer une bonne plate-forme pour lancer de nouvelles initiatives à l'appui des MPE. Les options présentées ci-dessous sont dans l'ordre ascendant des besoins en ressources.

- Continuer le faible niveau actuel d'engagement, qui met l'accent sur l'appui aux activités de formation de la CCIA, mais faisant en sorte que cette formation soit plus dynamique et plus orientée vers les marchés (répondant à des problèmes spécifiques des entreprises et n'offrant pas seulement des méthodes générales de gestion).

X

- Intégrer activement les analyses des MPE dans les projets existants ou futurs de l'USAID, dans l'agriculture, la santé et la gestion des ressources naturelles, faisant intervenir des spécialistes en MPE comme consultants ou membres des équipes chargées de la conception des projets.

- Prévoir du personnel nouveau à long terme. Lorsque ce personnel est en place, la première priorité de l'USAID serait de promouvoir la coordination entre donateurs, grâce à des réunions régulières, à l'élaboration de programmes d'action pour l'échange d'information et à la résolution de controverses dans des filières spécifiques et à la formulation de directives en matière de politique pour les programmes de crédit financés par les donateurs.

- Avoir recours à des conseillers à long terme pour aider le GDBF à comprendre et à administrer le processus de réforme des politiques concernant les MPE. Cela comporterait le renforcement des groupes locaux de plaidoyer en faveur d'une telle réforme. Les groupes de plaidoyer et les conseillers feraient une collecte de l'information sur l'impact des politiques actuelles sur le secteur privé et sur les MPE en particulier, et engageraient un dialogue avec les décideurs du gouvernement.

- Etablir une structure temporaire au sein d'une institution existante qui organiserait des interventions directes au niveau des filières. Cette unité ciblerait deux ou trois filières pour une analyse plus approfondie, et ferait en sorte que soient éliminés les goulots d'étranglement du système, encourageant l'interaction entre petites et grosses entreprises, apportant une assistance technique pour aborder les contraintes dans les domaines de la fourniture d'intrants, de la technologie et de la commercialisation, et appuyant les groupes de plaidoyer privés afin qu'ils développent et fassent valoir des programmes de réformes des politiques. Cette unité ne devrait pas être établie au sein d'un ministère d'exécution mais auprès d'une agence ayant de fortes attaches avec le secteur privé, comme la CCIA.

CHAPITRE I

DONNEES DE BASE ET APERCU GENERAL DE LA MISSION

INTRODUCTION

Raison d'être de l'exercice de stratégie

En juillet 1990, la Chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat (CCIA) du Burkina Faso présenta au Bureau du Représentant de l'Agence américaine pour le développement international (BRA)/Burkina Faso une proposition de projet d'assistance aux micro et petites entreprises (MPE).[1] L'USAID reconnut l'importance des MPE en tant que pourvoyeurs d'emplois et de revenus non-agricoles pour un grand nombre de Burkinabés. Dans un même temps, l'USAID notait les difficultés rencontrées par les programmes d'assistance aux MPE ailleurs en Afrique, et la récente mise en place sur le terrain de plusieurs initiatives du Gouvernement du Burkina Faso (GDBF) et des donateurs. Au vu de la situation, le BRA/Ouagadougou, de concert avec l'A.I.D./Washington,[2] décidèrent d'entreprendre un exercice de planification stratégique, qui déterminerait les opportunités et les contraintes majeures quant à la croissance des MPE au Burkina Faso, et la façon dont l'A.I.D. et la CCIA pourraient être impliquées plus efficacement dans ce domaine. Cette mission, vue dans le contexte des études de l'A.I.D. faites dans des pays voisins comme le Niger et le Mali, contribuerait également aux efforts de l'A.I.D. d'assistance au développement des MPE dans l'ensemble de la région Sahel-Afrique de l'Ouest.

La méthodologie de filière forme la base de cette stratégie. Cette méthodologie consiste à examiner la situation à laquelle sont confrontées les MPE dans des industries particulières. Plutôt que d'examiner horizontalement le comportement de la communauté des MPE à travers un grand nombre d'industries, elle examine les activités des MPE, des entreprises plus importantes, des consommateurs et des décideurs de politique dans la structure verticale d'une seule industrie. Elle analyse les canaux dans lesquels a lieu l'interaction des petites et des grosses entreprises pour transformer les matières premières en produits finis et pour livrer ces produits aux marchés. L'analyse identifie les domaines de coopération et de concurrence entre entreprises de tailles différentes, et où se trouvent les avantages comparatifs pour les MPE. Elle considère l'évolution de l'industrie et quelles forces sont à la base de cette évolution.

---

[1] Chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat, Direction de la formation et de l'assistance aux entreprises, *Programme pilote d'assistance aux petites entreprises*. Rapport préliminaire, juillet 1990.

[2] Bureau de la politique, planification et coordination de la Section Femmes dans le développement (sigle AID : PPC/WID), Bureau pour l'Afrique, Section Sahel et Afrique de l'Ouest (AFR/SWA) et le Projet GEMINI de croissance et de participation au capital par le biais d'institutions et d'investissements concernant la micro-entreprise, financé par le Bureau pour l'entreprise privée, Section de la petite entreprise, de la micro-entreprise et de l'entreprise traditionnelle (APRE/SMIE).

Cette analyse verticale montre où se trouve la croissance de l'industrie dans son ensemble, et comment les MPE peuvent profiter davantage de cette croissance. L'analyse des filières identifie les relations essentielles, ou "noeuds", au sein de l'industrie sur lesquelles les interventions peuvent avoir le plus fort impact, soit sur l'emploi, soit sur la valeur ajoutée.

Le présent rapport combine les résultats de six analyses de filières au Burkina Faso avec un examen général des programmes d'assistance aux MPE en cours ou envisagés. En donnant à l'USAID et à la CCIA une hiérarchie des interventions possibles à travers les filières, ainsi qu'une idée générale de ce que les autres agences sont déjà en train de faire, cette analyse leur permettra de prendre des décisions mieux informées sur les domaines où elles peuvent intervenir pour assister des industries spécifiques et le secteur des MPE dans son ensemble.

Objectifs et approches

Les objectifs de cette planification stratégique sont les suivants:

1) Réaliser des analyses des filières pour plusieurs industries au Burkina Faso dans lesquelles les MPE jouent, ou peuvent jouer, un rôle majeur;

2) Examiner les programmes d'assistance aux MPE, en cours et prévus; et

3) Utiliser les résultats de ces analyses pour identifier les obstacles principaux à la croissance des MPE, les domaines majeurs d'opportunités qui ne sont pas considérés et, par conséquent, les opportunités existantes pour une intervention à fort impact de l'USAID et de la CCIA.

L'étude a été réalisée au cours de deux missions au Burkina Faso. Le chef d'équipe passa 2 mois au Burkina en février 1991, faisant la collecte de données générales sur la taille et la composition de la communauté des MPE et commençant le processus de sélection des filières. Avec l'aide de deux assistants de recherche, il entreprit deux analyses de filière (peaux et cuirs, filature et tissage). Il revint au Burkina en avril 1991, accompagné de trois autres consultants. Avec l'aide de cinq assistants de recherche, il réalisa quatre autres analyses de filière et une étude institutionnelle/de programme. Le travail sur le terrain a comporté des interviews de nombreuses entreprises (petites et grosses) dans les villes principales et dans les zones rurales. Il a aussi comporté des entretiens avec des représentants du GDBF, des donateurs, des organisations non gouvernementales (ONG) impliqués dans l'assistance aux MPE.

CONTEXTE DE L'ETUDE

Environnement macro-économique

Le Burkina Faso est un pays enclavé de 275 000 km^2, dont la majeure partie se trouve dans la zone sahélienne de l'Afrique de l'Ouest. La France lui accorda son indépendance en 1960; la nouvelle république conserve cependant des liens étroits avec la France par le biais de la coopération technique et économique et de la participation à l'Union monétaire Ouest-africaine, qui implique en partie l'usage d'une monnaie commune, le franc CFA.

Avec une population de 8,5 millions d'habitants et un PIB par tête de 180 dollars, le Burkina Faso est l'un des pays les plus pauvres du monde. Plus de 92 pour cent des Burkinabés vivent dans les zones rurales, la majorité étant concentrée au centre et dans le Sud du pays, avec des communautés clairsemées largement pastorales (bon nombre nomades) dans le Nord et à l'Est. Les Mossi, qui occupent le plateau central, sont le groupe ethnique dominant, représentant presque 50 pour cent de la population.

La population urbaine se concentre dans les deux villes principales, Ouagadougou et Bobo-Dioulasso, dont la croissance annuelle est supérieure à 8 pour cent (par rapport à la croissance générale de la population de 2,7 pour cent). Près de 1 à 1,5 million de Burkinabés travaillent à l'étranger, surtout au Ghana et en Côte d'Ivoire, et leurs envois d'argent sont une contribution importante à l'économie nationale.

Le Burkina Faso ne possède pas de secteur industriel hautement développé. En 1968, le GDBF lançait une stratégie d'industrialisation/substitution des importations, mais la contribution de la production industrielle au PIB n'est passée que de 17 pour cent en 1970 à 24 pour cent en 1988. Par comparaison, la production primaire représente 39 pour cent du PIB. Le secteur industriel moderne ne comprend que 195 moyennes et grosses entreprises, dont 76 dans dans l'agro-industrie et le secteur des produits forestiers et 71 dans les travaux publics et la construction. Environ 30 entreprises sont engagées dans les secteurs industriels plus lourds des mines et de la métallurgie. Les recettes d'exportation proviennent surtout des produits de l'élevage et de l'agro-industrie; les animaux vivants et la fibre de coton représentaient plus de 50 pour cent des exportations totales en 1987. Les exportations d'or ont considérablement augmenté ces dernières années au point de devenir la plus grosse exportation en 1987 (20,6 millions FCFA). Les biens de consommation (55,2 millions FCFA), les biens d'équipement (44,3 millions FCFA) et les produits alimentaires (30,4 millions FCFA) sont à la tête des importations. Le déficit commercial s'élevait à 90 millions FCFA en 1987, soit 120 pour cent du total des exportations et 18 pour cent du PIB.[3]

Activité des micro et des petites entreprises

Le recensement général de 1985 dénombrait 528 000 personnes employées à plein ou à mi-temps dans les MPE (307 000 femmes et 221 000 hommes; voir tableau 1 ci-dessous pour de plus amples détails). Cela représente 13 pour cent de la population économiquement active du Burkina Faso. L'emploi principal de 94 000 personnes (36 000 femmes et 58 000 hommes) est une activité quelconque non-agricole dans une PME.[4] Il est intéressant de noter que 48 pour cent de ceux qui sont principalement employés dans les MPE viennent des zones rurales.

---

[3] Banque mondiale, Burkina Faso : *Economic Memorandum*, Annexe II, décembre 1989.

[4] Institut national de la statistique et de la démographie, *Recensement général : Analyse des résultats définitifs*, décembre 1989, p. 208, et Ministère de la Promotion Economique, *Plan directeur pour la promotion de l'artisanat au Burkina Faso*, mai 1990, p. 5.

TABLEAU 1

ACTIVITES ARTISANALES PAR FILIERE
(Intervenants à plein et à mi-temps)

	Hommes	%	Femmes	%	TOTAL	%
ARTISANS RURAUX						
FILEURS	1245	0.6	172645	56	173890	33
TISSERANDS	64143	29	12205	4	76348	14
BRASSEURS DE DOLO	242	0.1	57575	19	57817	11
VANNEURS	19483	9	24279	8	43762	8
POTIERS	6780	3	30133	10	36913	7
FORGERONS	25822	12	1361	0.4	27173	5
BOUCHERS	14898	7	204	0.7	15102	3
TANNEURS ET CORDONNIERS	6324	3	933	0.3	7257	1
TEINTURIERS	3805	2	531	0.2	4336	0.8
MEUNIERS	1529	0.7	67	0.0	1596	0.3
PUISATIERS	1217	0.6	30	0.0	1247	0.2
GRAVEURS SUR BOIS	1075	0.5	105	0.0	1180	0.2
SOUS-TOTAL	146653	66	300068	98	446621	85
ARTISANS URBAINS						
MECANICIENS	21377	10	84	0.0	21461	4
TAILLEURS	17434	8	3370	1	20804	4
MACONS ET ENTREPRENEURS EN MACONNERIE	14274	6	198	0.1	14472	3
MENUISIERS	6149	3	129	0.0	6278	1
FERBLANTIERS ET FERRONNIERS	4279	2	52	0.0	4331	0.8
COIFFEURS	551	0.3	2658	0.9	3209	0.6
BOULANGERS	2031	0.9	45	0.0	2076	0.4
ELECTRICIENS	1967	0.9	12	0.0	1979	0.4
REPARATEURS DE RADIO/ TELEVISION	1593	0.7	5	0.0	1598	0.3
PEINTRES	1553	0.7	16	0.0	1569	0.3
REPARATEURS DE MONTRES	1432	0.7	104	0.0	1536	0.3
PHOTOGRAPHES	894	0.4	7	0.0	901	0.2
TAPISSIERS	532	0.2	4	0.0	536	0.1
GARAGISTES	152	0.1	9	0.0	171	0.0
SOUS-TOTAL	75154	34	6715	2	81869	15
TOTAL	221707	100	306783	100	528490	100

Source : Recensement 1985.

La filature du coton est l'activité la plus importante des MPE, employant 173 890 personnes (essentiellement des femmes) à plein ou à mi-temps. La vannerie (14 128 personnes), la réparation d'autos/motos/bicyclettes (12 528 personnes) et la confection (11 542 personnes) sont les activités à plein temps les plus importantes. Les MPE faisant appel à des qualifications artisanales distinctes se rassemblent dans plusieurs filières, comme la filature et le tissage, la confection (tailleurs, raccommodeurs, distributeurs), la construction (maçons, peintres, soudeurs, menuisiers, etc.), et les peaux et cuirs (bouchers, tanneurs, teinturiers).

Ces entreprises, pour la plupart sans licence et non enregistrées, offrent des produits et des services essentiels à une majorité de Burkinabés pauvres. Elles sont les consommateurs principaux de ressources naturelles locales et contribuent à plus de 20 pour cent du PIB.[5] Les MPE jouent un rôle particulièrement important du fait qu'elles sont pourvoyeurs d'emplois dans les zones urbaines du Burkina où la population est en forte croissance. Une étude de 1986 estimait que 85 pour cent de tous les emplois à Ouagadougou se trouvent dans le secteur informel.[6]

Dans son plan quinquennal 1986-1990, le GDBF reconnaissait l'importance des MPE et formait une Commission interministérielle sur la politique de promotion de l'artisanat (CIPPA), présidée par la Direction générale de l'artisanat de son ministère du Développement Economique. Il fut demandé à la CIPPA de développer des politiques et des règlements plus adaptés aux besoins et aux capacités des MPE, et de coordonner les activités d'assistance à leur égard. Cette dernière est une tâche pénible vu que 14 ministères (comprenant 23 agences distinctes) sont impliqués dans toute une gamme d'activités concernant les MPE, dont le crédit, l'assistance à la production, la formation, la fourniture de matières premières, l'assistance à la commercialisation et la réglementation/normalisation. Ces activités sont loin d'être complémentaires, et il existe des cas, comme dans la filière du matériel d'exploitation agricole, où différents ministères (Agriculture et Travail) rivalisent avec les MPE pour un même marché restreint.[7] Au Burkina Faso, au moins 20 ONG et 12 agences bilatérales et multilatérales ont des programmes d'assistance aux MPE (voir Tableau 2). Leurs activités sont moins bien coordonnées que celles du GDBF (une discussion plus approfondie de ce point se trouve au Chapitre IV).

Questions concernant le sexe

Des 528 000 personnes travaillant à plein ou à mi-temps dans les MPE, la majorité (58 pour cent) sont des femmes. Toutefois, les femmes travaillant à plein temps dans les MPE sont une minorité, et elles jouent un rôle limité dans de nombreuses filières. Cela n'est pas surprenant étant donné les responsabilités familiales et agricoles extrêmement lourdes qui leur incombent dans les zones rurales. Il n'est également pas surprenant que les femmes Burkinabées se retrouvent presque exclusivement dans des entreprises qui sont traditionnellement dominées par les femmes, comme les industries textiles et agro-alimentaires, et rarement dans des entreprises traditionnellement dominées par les hommes, comme la construction.

---

[5] Ibid., p. 1.

[6] A. Carrizo, *Les micro-entreprises à Ouagadougou : Analyse et stratégie de développement*, BIT, novembre 1986.

[7] Pour de plus amples détails, voir Annexe F, Analyse de la filière du matériel agricole.

TABLEAU 2

INSTITUTIONS IMPLIQUEES DANS LE DEVELOPPEMENT DES MPE

	Gouvernement (Donateur)	Semi-public (Donateur)	ONG & Autres groupes (Donateur)
Formation	Aff. Sociales (PNUD) ONPE : CNPAR (Suisses, Hollandais) Min. Educ.- Ens. Second. Technique	Chambre de commerce, Industrie & Artisanat - CCIA (USAID)	Eglise catholique
Financement direct	CNCA (CCCE, KFW, BOAD, BAD) ONAC : SIAO Min. Fin. (PNUD par biais BIB)	Proposé : Fonds de l'habitat (BIRD) Fonds de garantie (CCCE)	SDID (ACDI) Programmes ONG divers pour prêts collectifs - SCS, CECI. PLAN, WR, Action Sahel PRODIA (CCCE, GTZ, ONG Int., CEC)
A.T. aux entreprises	Dir. Artisanat (GTZ) Action Sociale - Groupes féminins	CCIA (FAC, CCCE, PNUD)	SDID (ACDI)
Développement de technologie	Projet urbain (BIRD) CNPAR-CTA (Belgique) Inst. Burk. Energie (??)	SOCOGIB (Entreprise française)	ADAUA PABRE (Catholiques) SNV - Koudougou (Hollandais)
Production	Min. Agric.- CNEA Min. Travail- APICOMA Min. Prom. Econ- FASO FANI, CITEC, SONACAB Min.Aff.Soc.-WAP GODE Min.Com.FASO DAN FANI		
Groupes d'intérêt & Coordination	Min. Plan (PNUD) Dir. Artisanat (GTZ) BSONG Présidence (PNUD) D.G. Arch & Urb. (BIRD)	CRES CCIA CFB	SPONG SCS (Canadiens) Assoc. Chefs d'entreprises femmes SDID (Politique financière) Syndicats

La tradition et la culture sont probablement les déterminants les plus importants du rôle des femmes dans les MPE au Burkina Faso. De nombreuses entraves juridiques aux femmes chefs d'entreprises ont été abolies sous la présidence de Thomas Sankara. Les interdictions de voyager, le besoin légal d'approbation des transactions commerciales par le mari ou un membre de la famille de sexe masculin, le droit à la terre, etc, officiellement, n'existent pas au Burkina Faso. Néanmoins, jusqu'à une date très récente, les normes culturelles et sociales bien enracinées réussissent à tenir les femmes confinées aux champs ou au foyer. Les femmes chefs d'entreprises ressentent encore ce préjugé culturel. Bon nombre de femmes font mention de la persistance de la résistance des hommes à ce que leurs épouses travaillent hors du foyer familial.

Ces moeurs sociales ont aussi eu leur effet sur les institutions sociales. Bien que la loi ne l'exige pas, de nombreuses banques n'octroient pas de prêt à une femme sans la signature de son mari, même si elle est en mesure de fournir personnellement la caution nécessaire. Généralement, les femmes mariées ne reçoivent pas de terre à leur propre nom; la terre est attribuée à leurs maris. Les femmes adultes qui ne sont pas mariées ont un droit égal à la terre. Comme dans la plupart des pays africains, le taux d'analphabétisme chez les femmes, estimé à 94 pour cent en 1985, est beaucoup plus élevé que chez les hommes (79 pour cent).[8] Ceci a évidemment un impact très important sur leur aptitude à gérer de petites entreprises. Bien que du point de vue juridique leur droit soit identique à celui des garçons, les filles n'ont pas la même probabilité d'aller à l'école et, plus précisément, n'ont pas la même probabilité d'y rester, un reflet ultérieur des valeurs traditionnelles qui donnent aux femmes un rôle uniquement familial.

Mais des changements semblent se produire, même si le processus est lent. En conséquence de l'évolution sociale, de l'urbanisation et de nécessité économique, les femmes viennent aux MPE. Cependant, se lancer dans une entreprise privée pour des raisons de nécessité économique peut parfois avoir des répercussions. Du fait de traditions culturelles fortement enracinées qui font que la femme est responsable de ses propres dépenses et des besoins de ses enfants, toute contribution financière accrue à sa famille peut simplement remplacer celle de son mari, et pas s'y ajouter.

Parmi les femmes classifiées dans la catégorie des économiquement actives, 40 pour cent dans les zones urbaines font partie des travailleurs indépendants et 42 pour cent de la main-d'oeuvre familiale. La deuxième classification plus importante pour les femmes dans les zones rurales est "indépendante" ou "travaille à son compte."[9] Ces deux catégories vont ensemble à bien des égards. Les femmes qui travaillent à leur compte emploient souvent des membres de la famille (ordinairement des femmes) en qualité d'aide familiale ou d'apprenties, comme c'est le cas dans les salons de coiffure. Cet arrangement aide les femmes chefs d'entreprises à éviter les règlements complexes et déroutants concernant les arrangements personnels plus formels. Dans les zones rurales, 90 pour cent de toutes les femmes sont reportées comme main-d'oeuvre familiale, principalement du fait que la terre appartient au mari. On considère que l'épouse et les enfants travaillent pour lui, même si l'épouse s'occupe de son propre champ.

Pour les femmes travaillant dans les MPE, on constate qu'en plus des contraintes sociales mentionnées ci-avant, elles sont confrontées aux mêmes contraintes que les hommes, mais à un niveau plus aigu. Les femmes ne semblent pas aussi facilement que les hommes passer des très petites entreprises à des entreprises plus structurées de plus grande taille. Par exemple, une femme qui commence comme couturière ou coiffeuse à domicile ne franchira pas le petit pas suivant qu'un homme franchirait, installant une machine à coudre au marché ou se promenant dans les rues avec un écriteau de coiffeuse. De son entreprise à domicile, une femme passera directement à un niveau plus élevé et plus onéreux, comme l'ouverture d'une boutique ou d'un salon. Cela, évidemment, demande l'apport d'un capital plus important, qui, typiquement, est fourni par son mari ou sa famille, ou provient de ses économies. Bien que du point de vue juridique les femmes aient accès au crédit, aucune femme interviewée n'y a eu recours pour ouvrir sa propre affaire. Ainsi, pour se lancer dans une entreprise visible et plus rentable, une femme doit être aidée par son mari ou par sa famille - cela s'est avéré être le cas aussi bien pour de très petites unités que pour des entreprises de taille relativement importante.

---

[8] World Resources Institute. *World Resources 1990-91: A Guide to the Global Environment*. New York: Oxford University Press, 1990.

[9] Institut national de la statistique, 1989, *ibid.*

CHAPITRE II

ANALYSES DES FILIERES ET PERSPECTIVES DE CROISSANCE POUR LES PETITES ENTREPRISES

L'APPROCHE DE FILIERE[1]

Principes généraux

Les MPE luttent pour survivre dans un environnement économique fortement compétitif qui évolue rapidement. Certaines opèrent sur des marchés à forte croissance, alors que d'autres ressentent la pression exercée par des changements de la demande, de la technologie, des coûts de la main-d'oeuvre, des tarifs, des prix des intrants, des contrôles du gouvernement, de la concurrence des grosses entreprises et des importations. Elles opèrent dans des systèmes verticaux d'approvisionnements'approvisionnant auprès de grosses unités et se servant d'autres pour commercialiser leurs produits. En conséquence, il n'est pas possible de comprendre les opportunités offertes aux MPE et les contraintes auxquelles elles font face si on ne considère que les petites entreprises. On doit aussi examiner les entreprises plus importantes qui opèrent dans le même environnement.

Les analyses des filières utilisent une technique d'analyse de systèmes dont les origines se retrouvent dans les études de commercialisation des produits agricoles. Elles sont basées sur une **carte de filière** schématique qui décrit le système plus large de production et de distribution dans lequel opèrent les MPE, et donne un cadre visuel pour identifier les contraintes. La carte de filière récapitule les relations économiques entre les MPE et les autres intervenants dans le système. Elle esquisse les flux du système, les principaux **canaux** dans lesquels les matières premières sont transformées et livrées aux marchés, ainsi que le rôle que jouent les MPE dans les différents canaux.

L'analyse met l'accent sur les tendances ainsi que sur une comparaison statique de la compétitivité dans des canaux alternatifs. Elle offre un moyen d'identifier où se trouve l'avantage comparatif des MPE. Elle offre un cadre pour une évaluation rapide de la dynamique des MPE, montrant où se trouve leur plus grand potentiel de croissance et où elles ne peuvent pas efficacement faire concurrence à d'autres entreprises.

L'analyse de filière part de la prémisse que les interventions à l'appui des MPE les plus susceptibles d'être rentables sont celles qui influencent un grand nombre de petites entreprises en un seul coup. La carte de filière aide à repérer les **points à effet de levier** critiques dans le système. Il peut s'agir de points géographiques, comme les points où se regroupent bon nombre d'entreprises en vue de s'assurer l'accès aux intrants essentiels, de commercialiser leurs produits et de se conformer aux plans d'occupation des sols, etc. Il peut s'agir de **noeuds du système**, sortes d'entonnoirs où des volumes importants de produits passent par quelques intervenants, comme les fournisseurs d'intrants ou les distributeurs de produits. Il peut aussi s'agir de **politiques** qui affectent un grand nombre d'entreprises. Dans le domaine

---

[1] Pour de plus amples détails, voir Haggblade, *A Field Manual for Subsector Practitioners*, AID/GEMINI, 1991.

de l'assistance aux MPE, les interventions les plus rentables sont celles qui mettent l'accent sur ces points à effet de levier.

Méthodologie

L'analyse de filière suit une procédure analytique en trois phases: établir une compréhension générale de la structure du système; affiner cette compréhension en explorant quelques aspects essentiels du système; et identifier les contraintes, opportunités et points à effet de levier. La Phase 1 consiste à faire un choix des filières à étudier; dressant la liste des principaux intervenants, des flux des produits et changements historiques, et des principales technologies dans les filières choisies; faisant une carte rudimentaire de la filière; et précisant les principales politiques et réglementations affectant les intervenants. La Phase 2 consiste à simplifier et à remplumer la carte de la filière en identifiant ses canaux principaux et en quantifiant les calques présentant un intérêt particulier. Il peut s'agir du nombre d'entreprises, de l'emploi et des divisions par sexe, du volume de la production, de la valeur des ventes, des marges de prix, des revenus, des rendements de la main-d'oeuvre et des stocks. La Phase 3 consiste à comprendre quels canaux sont en croissance et lesquels ne le sont pas, et pourquoi. Les forces motrices derrière cette dynamique sont explorées (demande de marché, innovation technologique, problèmes d'approvisionnement en intrants, questions concernant le sexe, etc.), et les points à effet de levier sont identifiés.

Le point de départ de l'exécution est un examen initial quantitatif de la population des MPE par le chef d'équipe. Dans la présente étude, les filières ont été choisies en consultation avec l'USAID et la CCIA. L'équipe, s'étant assurée les services d'assistants de recherche pour utiliser leur connaissance des filières, fit un examen de la documentation et des interviews d'informateurs clés; les cartes rudimentaires des filières furent ainsi prêtes à la fin de la première semaine dans le pays. Ces cartes constituèrent la base d'un programme de plus grande envergure d'interviews sur le terrain et d'analyses des données au cours des deux semaines suivantes. La dernière semaine dans le pays fut consacrée à l'examen de l'information recueillie et à la préparation du rapport préliminaire.

Les cartes de chaque filière ont servi de point focal pendant toute la durée des travaux sur le terrain. On s'en est servi maintes et maintes fois pour identifier ce que l'on avait appris sur les principaux canaux et les lacunes persistant dans les données. Tout au long de l'analyse, chaque carte fut refaite au moins 10 fois.

Critères de sélection

Le choix des filières exige une décision logique et informée qui répond aux objectifs particuliers de l'étude. Cela revient à considérer quelles filières ont les plus fortes perspectives de croissance, et lesquelles peuvent être aidées par les agences envisageant des interventions à l'appui des MPE. Les objectifs des promoteurs de l'étude ont constitué la base de ce choix. Pour l'USAID/Burkina Faso, la priorité la plus pressante était la création d'emplois, abordant les questions concernant le sexe et l'augmentation de la valeur ajoutée de la production agricole et de la gestion des ressources naturelles. La CCIA demandait que l'accent soit mis sur les entreprises urbaines, en raison de sa capacité limitée d'aider les entreprises rurales. L'A.I.D./Washington (dont APRE/SMIE, PPC/WID et AFR/SWA) mettait davantage l'accent sur les questions concernant le sexe et donnait davantage d'intérêt aux filières ayant une importance régionale et un potentiel de croissance.

Ne perdant pas de vue ces objectifs, le choix mit l'accent sur trois facteurs : l'emploi, le potentiel de croissance et les cibles des promoteurs (groupes ou industries). La filature et le tissage, la confection, la fabrication de matériel agricole, les peaux et cuirs (dont les bouchers) et la construction sont les employeurs les plus documentés. D'autres employeurs importants, en particulier les brasseries de bière de sorgho et les mécaniciens d'autos et de motos furent considérés, mais ne furent pas retenus.

Les études de la consommation déterminent le plus facilement le potentiel de croissance, mais ces études ne sont hélas pas disponibles pour le Burkina Faso. Des données provenant d'études sur les dépenses des ménages urbains au Mali montrent de fortes élasticités pour le logement (2,14), la santé (2.06), les vêtements et les chaussures (1,39).[2] Ces résultats et nos principaux informateurs ont indiqué qu'il existe au Burkina un potentiel de croissance dans les filières des cosmétiques, de la construction, de la confection, des peaux et cuirs et de la filature et tissage. Les transports et les divertissements sont deux filières où la demande régionale est en hausse (avec des élasticités de 2,34 et 1,54 respectivement au Mali), mais elles n'ont pas été retenues.

En grande mesure dû à la tradition culturelle, la plupart des filières se différencient fortement en termes de sexe. La plupart des filières sont dominées soit par les hommes soit par les femmes. Même les quelques filières où les deux prédominent, comme la confection, peuvent être ultérieurement décomposées en activités dominées par les femmes et en activités dominées par les hommes. Les cosmétiques et la filature et tissage sont des filières à forte participation féminine. Les brasseries de bière de sorgho, la poterie et la vannerie sont les autres secteurs employant principalement des femmes. Les cosmétiques (dont la transformation des graines de karité) et les peaux et cuirs sont des filières qui ajoutent de la valeur aux ressources naturelles locales. La fourniture de matériel agricole est un intrant essentiel pour les systèmes agraires locaux. La transformation des fruits et des légumes a un fort potentiel d'ajouter de la valeur aux ressources locales et de renforcer les liens urbains-ruraux. Nous n'avons pas pu choisir cette filière, car un manque de données sur le mouvement des fruits et des légumes entre cultivateurs et marchés finals ne nous permettait pas de l'étudier dans le temps qui nous était imparti.

Le choix final est le résultat de la considération des consultants, de l'USAID/Burkina Faso et de la CCIA quant aux filières qui reflètent le mieux les critères susmentionnés, et qui pouvaient être analysées avec circonspection dans le temps imparti. Le Tableau 3 indique le nombre de personnes employées, le potentiel de croissance et les groupes prioritaires des filières choisies.

---

[2] William Grant et Peter Hanel, *A Study of the Business Climate in Mali*, AID, Septembre 1988. Des élasticités supérieures à l'unité offrent de meilleures opportunités, en particulier si l'élasticité se trouve parmi les tranches des revenus faibles, qui sont généralement les plus gros consommateurs de biens et de services des MPE.

TABLEAU 3

INTERVENANTS DES FILIERES AU BURKINA FASO ET CRITERES

Filiére	Total Emploi			Potential de croissance		Groupe cible	
	H	F	T	Local	Export.	Partic. femmes	Basé surr. ress. locale
Tissage							
Fileurs	802	106,011	106,813				
Tisserands	39,348	8,943	48,291				
Teinturiers	2,347	460	2,807				
Total	42,497	111,414	157,911	1.39	-	+	+
Confection							
Tailleurs	14,066	3,033	17,099	1.39	?	+	-
Matériel agricole							
Ferblantiers							
Ferronniers	16,783	898	17,681				
Total	16,783	898	17,681	?	-	-	+
Peaux et cuirs							
Tanneurs	4,226	795	5,021				
Collecteurs?							
Maroquiniers							
Total	4,226	795	5,021	?	+	?	+
Construction							
Maçons	11,314	143	11,457				
Briques/			0				
Agglomérés	4,074	46	4,120				
Ferronniers	874	7	881				
Plombiers	1,941	12	1,953				
Electriciens	1,436	15	1,451				
Peintres							
Total	19,639	223	19,862	2.14	-	-	-?
Produits de beauté	466	2,151	2,616	2.06	-	+	-?
Coiffeuses	?	?	?	?	+	+	+
Traiteurs de karité							

RESULTATS DES ANALYSES DES FILIERES

Peaux et cuirs

Les peaux et les cuirs[3] non tannés ont été depuis bien longtemps l'une des majeures exportations du Burkina Faso; ils pourraient offrir des possibilités accrues de transformation locale de la matière première en objets en cuir. Cela permettrait de capter une majeure valeur ajoutée au Burkina et, plus important encore, pourrait créer des emplois pour un grand nombre de petits entrepreneurs et d'artisans dans tout le pays. Cela est d'autant plus important parce que les articles en cuir, à la fois les peaux tannées et les produits finis, sont des produits traditionnels de la région sahélienne du pays, région qui est la plus touchée par l'avancée de la désertification.

Le recensement de 1985 dénombrait plus de 1 500 artisans pour qui le tannage et le travail du cuir sont l'activité principale, et 5 589 artisans pour qui c'est l'activité secondaire. Sur la base d'estimations provenant d'une étude du secteur informel au Niger, l'Institut national des statistiques et démographie (INSD)[4] estime qu'il existe 3 900 MPE dont la taille moyenne est équivalente à 1,3 le nombre de leurs employés à plein temps. La production totale des MPE est estimée à 1,96 milliards FCFA, avec une valeur ajoutée de 1,164 milliards FCFA, soit une moyenne des ventes totales s'élevant à 500 000 FCFA par entreprise et par an. Le travail du cuir est une activité traditionnellement dominée par les hommes - de l'abattage de l'animal à la fabrication de sandales. Les quelques femmes qui travaillent dans cette filière sont généralement employées par des entreprises familiales qui se concentrent sur un produit, comme les poufs. On trouve un petit nombre de tanneuses au Nord-Est (mais les hommes vendent les peaux tannées), et quelques femmes Touarègues aident leurs maris à travailler le cuir.

Marchés

Il existe deux marchés locaux et deux marchés d'exportation principaux pour les produits en cuir du Burkina Faso. Le plus important est le marché mondial des peaux et les cuirs auquel le Burkina vend plus de 4 millions de peaux par an, à la fois tannées et écrues. Un marché extérieur des peaux tannées plus restreint est représenté par les pays côtiers voisins, qui importent entre 25 000 et 100 000 peaux traditionnellement tannées par an.

Le marché local des produits en cuir est essentiellement celui des chaussures, dont moins de 25 pour cent est accaparé par la production locale (200 millions FCFA d'objets en cuir) et la maroquinerie, qui est le plus gros marché des produits finis, estimé à environ 1 milliard FCFA (800 millions FCFA localement et 200 millions FCFA en exportations).

---

[3] Les termes peaux et cuirs se rapportent à deux produits distincts mais connexes. Les peaux proviennent de petits ruminants, surtout les moutons et les chèvres, alors que les cuirs proviennent de gros animaux, en particulier les bovins. Cette différence de définition est importante car les technologies de manufacture de ces deux matières premières et les utilisations des produits finis sont souvent très différentes.

[4] Jean Stoupy, *Le secteur informel dans l'artisanat au Burkina Faso*, 1989, p. 14.

Canaux de distribution

La Figure 1, à la page suivante, présente une carte de la filière montrant deux canaux distincts : artisanal et industriel moderne. Le plus gros des exportations de peaux et de cuirs écrus et tannés passe par le canal industriel, qui comprend cinq gros négociants, et va directement aux marchés européens. Une partie des peaux et des cuirs passant par ce canal reste dans le pays; ces produits sont transformés par la Société Burkinabée de la Manufacture du Cuir, soit en cuirs tannés, qui sont ensuite vendus aux fabricants locaux de chaussures (artisans et industriels), soit en peaux tannées qui sont industriellement transformées (chaîne de production) en objets de maroquinerie.

Le canal de production artisanale, qui approvisionne la majeure partie de la maroquinerie traditionnelle, est beaucoup plus complexe et diversifié. Jusqu'à cinq agents différents (négociant, tanneur, teinturier, maroquinier, et grossiste et détaillant) sont impliqués dans l'approvisionnement du marché en produits finis, bien qu'une partie de la production soit complètement intégrée, de l'achat des peaux et des cuirs écrus à la vente finale. Ces derniers sont ordinairement les artisans les plus isolés et les moins bien payés. On ignore la quantité de peaux artisanalement tannées exportée dans les pays voisins par les négociants traditionnels qui, graduellement, deviennent plus sophistiqués.

Dynamique

Au niveau national, la demande de maroquinerie demeure relativement stable. Dans le secteur de la cordonnerie, la débâcle des activités industrielles locales (Bata) a créé des opportunités pour les petites unités de production dynamiques.

La demande internationale de peaux et de cuirs est depuis quelque temps très instable, mais le Burkina jouit de la réputation d'être un des plus fiables quant à la qualité des peaux, et il a en plus d'excellentes relations commerciales avec l'Europe, ainsi les peaux et les cuirs n'ont pas été affectés. En fait, le Burkina a bien profité de sa réputation/image de marque, ce qui lui a permis de gonfler ses exportations grâce à des importations illégales du Mali et du Niger, représentant 25 pour cent de ses exportations.

Majeures contraintes et opportunités

Le travail du cuir dans la cordonnerie et la maroquinerie est toujours irrégulier. Certains articles sont d'excellente qualité; pour la majeure partie, la qualité est variable, allant d'une qualité acceptable à une qualité inférieure. A moins que la qualité ne s'améliore notablement, les produits burkinabés resteront au bas de la gamme artisanale, incapables d'accaparer une part importante du marché des touristes étrangers.

Du point de vue de la qualité, la fourniture d'intrants demeure une contrainte pour le canal artisanal : afin d'accaparer le marché, le canal industriel offre généralement des prix supérieurs. On devrait faire en sorte que le canal artisanal veuille et puisse payer davantage pour des peaux de meilleure qualité, et développer également des produits de meilleure qualité et plus chers.

De plus, les techniques de commercialisation des artisans producteurs ne sont pas très sophistiquées, ce qui limite leur aptitude à déterminer leur clientèle et à l'approvisionner.

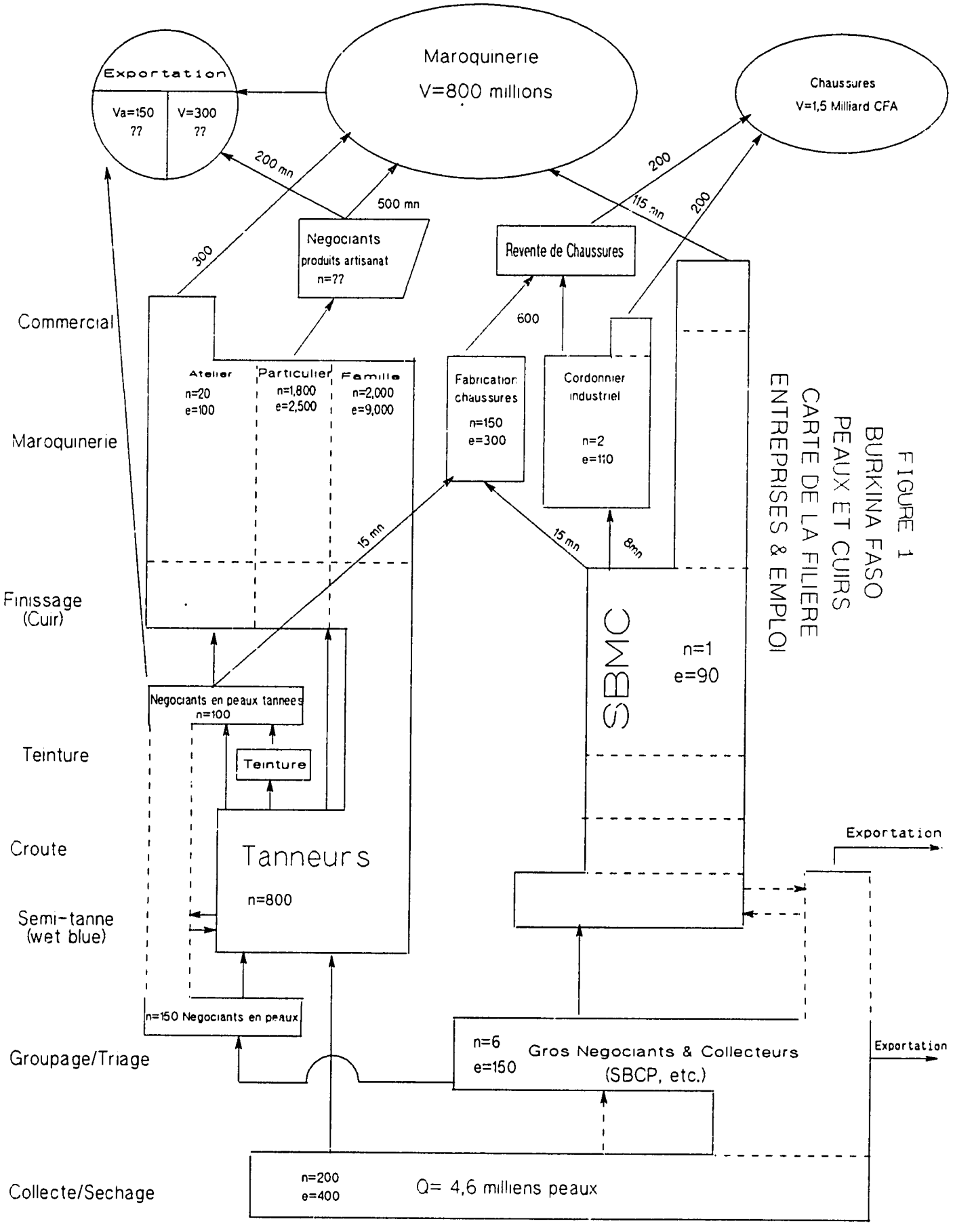


FIGURE 1
BURKINA FASO
PEAUX ET CUIRS
CARTE DE LA FILIERE
ENTREPRISES & EMPLOI

Legend: n = nombre; e = Employes; Va = Valeur ajoutee; v = Valeur en FCFA

Trois opportunités principales découlent de ces contraintes, à savoir :

- Améliorer les compétences et les techniques locales;
- Développer le marché en augmentant les exportations;
- Diversifier la production et améliorer la qualité des produits.

Interventions à effet de levier

Il existe trois points important où les interventions peuvent produire de meilleurs résultats avec un minimum d'intrants. Agir sur ces points à effet de levier devrait être la base de toute intervention dans la filière.

Intervenants principaux: les commerçants. Au Burkina Faso, parmi les quelques 150 négociants en peaux, une poignée seulement (pas plus de 15 dans tout le pays) sont au coeur du canal artisanal. Ils sont impliqués dans toutes les activités, de l'achat des peaux au tannage, à la collecte, distribution et exportation des peaux tannées. Vu qu'ils sont les principaux fournisseurs des maroquiniers, ils les connaissent bien et ils leur octroient parfois du crédit-fournisseur. De plus, du fait que ces négociants sont actifs sur les marchés internationaux d'Abidjan et de Lomé, ils savent quels objets de l'artisanat se vendent sur le marché international. Ils peuvent offrir un accès immédiat et crédible à tous les niveaux du canal.

Groupement géographique. Le canal artisanal est juste groupé en quelques endroits, dans les principaux centres de tannage (essentiellement Kaya, Tema et Pouteynga) et à Ouagadougou. Bien que le tannage et la maroquinerie se fassent également ailleurs, concentrer les activités sur ces quelques points mènerait à une rentabilité supérieure de l'investissement (levier).

Entreprises chefs de file. Tout le monde considère un petit nombre d'entreprises comme les chefs de file du marché, qui développent de nouveaux produits et des innovations. On devrait aider ces entreprises à améliorer la qualité de leurs produits et à en mettre au point des nouveaux, ce afin de donner un exemple que d'autres pourraient suivre.

Textile (filature et tissage)

L'industrie textile est l'une des activités les plus intégrées au Burkina Faso. Le point de départ est la production du coton brut par les exploitants agricoles suivie de la fabrication d'un tissu très demandé dans le pays. Au Burkina, l'industrie textile est le plus gros employeur dans le secteur des MPE, c'est l'activité principale ou secondaire de près de 250 000 personnes. Bien que les femmes soient les intervenants en plus grand nombre dans cette filière, en particulier dans le tissage (172 600), en 1985, les hommes dominaient les créneaux du tissage et de la teinture qui sont les plus rentables.

Bien que cette filière soit essentiellement rurale, on note depuis cinq ans une augmentation du nombre d'entreprises féminines de tissage dans les zones urbaines. A l'heure actuelle, cela représente jusqu'à 20 000 emplois à plein ou à mi-temps pour les femmes. Cependant, les marges bénéficiaires de la plupart des producteurs sont très faibles, et de nombreux emplois risquent de disparaître du fait de l'effondrement du marché et de la surproduction.

Marchés

Le marché total des produits textiles est estimé à 20 milliards FCFA;[5] il est divisé en trois strates principales : pagne traditionnel, pagne moderne et imprimés. Environ 9 milliards FCFA de pagne sont produits localement : 1,7 milliards de pagne traditionnel, 3,5 milliards de pagne moderne et 3,37 milliards d'imprimés de Faso Fani, l'usine textile nationale. Les statistiques officielles concernant les importations ne reflètent qu'une petite partie des importations réelles des pays voisins, du fait que la majeure partie passe la frontière sous le nez des douaniers.

Le pagne traditionnel a un marché tout à lui. Le pagne tissé de Faso Fani lui fait une certaine concurrence, mais le marché est essentiellement stable, toutefois en léger déclin. Les pagnes tissés et les imprimés fabriqués localement sont utilisés dans le pays, principalement pour l'habillement. On ne les considère pas comme des matières intermédiaires pour d'autres produits (pour recouvrir les meubles) ou des produits industriels susceptibles d'être exportés, si les caractéristiques étaient adéquates.

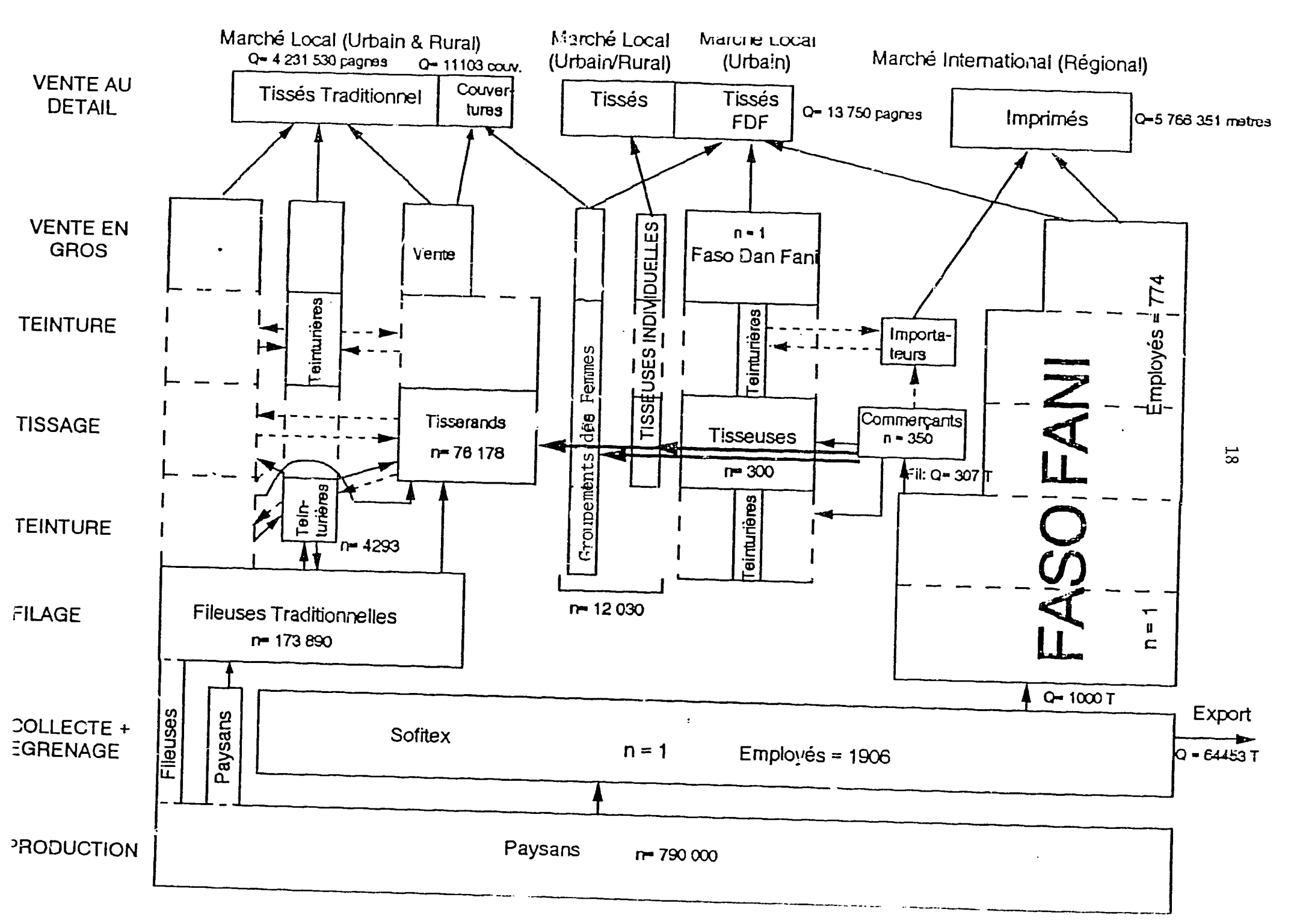
Canaux de distribution

Il existe cinq canaux de fabrication de produits textiles au Burkina, présentés sur la carte de la filière à la page suivante (Figure 2). A une extrémité se trouve le canal purement traditionnel, commençant par le fil filé à la main, qui est teint, tissé, de nouveau tissé et vendu. Ce canal englobe la vaste majorité des intervenants vu qu'il réunit tous les fileurs (la majorité sont des femmes). Les tisserands sont traditionnellement des hommes. Les teinturiers sont souvent des femmes. Dans cette filière, une personne fait fonction de coordinateur du processus, sous-traitant les autres activités. Il s'agit généralement de la fileuse, car le tissage lui fait gagner très peu d'argent. Cette filière englobe plus de 200 000 personnes.

Les canaux 2 à 4 (coopératives, particuliers et Faso Dan Fani) se concentrent sur la production du pagne *faso dan fani*. Ce sont de nouveaux canaux, développés après que la loi (maintenant abrogée) exigeant que les gens portent le *faso dan fani* entre en vigueur sous le Président Sankara, et ils sont dominés par les femmes. Une même femme peut intervenir dans les trois, qui ne se différencient que par l'organisation du travail dans les canaux. Il n'existe pas de données fiables sur le nombre d'intervenants, mais on suppose que 10 000 à 20 000 personnes sont d'une manière quelconque impliquées à l'échelle du pays.

---

[5] Estimations de Faso Fani, l'entreprise contrôlée par l'Etat.


Marché Local (Urbain & Rural)
Q= 4 231 530 pagnes
Q= 11103 couv.
Marché Local (Urbain/Rural)
Marché Local (Urbain)
Marché International (Régional)
VENTE AU DETAIL
Tissés Traditionnel
Couvertures
Tissés
Tissés FDF
Q= 13 750 pagnes
Imprimés
Q=5 766 351 metres
VENTE EN GROS
Vente
n = 1
Faso Dan Fani
TEINTURE
Teinturières
Importateurs
Employés = 774
TISSAGE
Tisserands
n= 76 178
Groupements des Femmes
TISSEUSES INDIVIDUELLES
Tisseuses
n= 300
Commerçants
n = 350
Fil: Q= 307 T
FASO FANI
n = 1
TEINTURE
Teinturières
n= 4293
n= 12 030
FILAGE
Fileuses Traditionnelles
n= 173 890
Q= 1000 T
COLLECTE + EGRENAGE
Fileuses
Paysans
Sofitex
n = 1
Employés = 1906
Export
Q = 64453 T
PRODUCTION
Paysans
n= 790 000

Le canal 5 est le canal industriel complètement intégré, Faso Fani, qui achète le coton à SOFITEX et produit le fil, le pagne tissé et les imprimés. Cette unité vient d'être restructurée, réduisant ses effectifs de 150 jusqu'à environ 550 employés. Elle perd régulièrement de l'argent et a un découvert de 6 milliards FCFA. D'importantes innovations technologiques, estimées être de l'ordre de 3 milliards FCFA, seront nécessaires pour rendre l'activité rentable.

Dynamique

Le GDBF a essayé de créer un nouveau marché et des emplois en rendant obligatoire le port du *faso dan fani* lors d'occasions particulières. Lorsque la loi fut abrogée, ce marché artificiel commença à s'effondrer. Le tissu est cher et, vu qu'il est très épais, il est peu approprié au climat chaud du Burkina.

Le prix élevé du *faso dan fani* en affecte la demande. Du fait que les facteurs de production sont si chers, ce produit doit soutenir la concurrence dans le créneau de prix élevé, qui est dominé par des produits connus comme le Wax importé. Il existe cependant une certaine substitution entre le tissu imprimé le moins cher et le *faso dan fani*. Cela est démontré par le fait que lorsque les ventes de fil augmentent, les ventes de tissu imprimé de Faso Fani diminuent.

Les canaux 2 à 4 se font une concurrence importante, car les femmes qui sont membres des canaux structurés (2 et 4) tissent également à temps perdu (canal 3) pour vendre directement aux grossistes et aux détaillants. Dans un même temps, leur produit destiné soit au canal Faso Dan Fani soit aux coopératives ne se vend pas. Elles minent leur propre marché, créant ainsi un cercle vicieux dû à une saturation du marché.

Le nombre de fileuses est en baisse, en partie en raison des changements se produisant dans les activités économiques (dans les zones rurales, les hommes quittent le tissage, d'où une demande de fil en baisse), et en partie en raison de la substitution des produits (fil Faso Fani). Parmi les femmes, jeunes et vieilles, la demande de travail, et du revenu qui en découle, est constante, mais ce n'est pas une activité économique durable parce que la demande de fil traditionnel est limitée. C'est probablement dû au fait que le filage est une activité que les femmes peuvent faire par petites étapes, laissant le travail de côté lorsqu'elles doivent se consacrer à des tâches ménagères. Nombreuses sont les ONG qui ont lancé des projets de tissage, mais peu de projets semblent être rentables.

Majeures contraintes et opportunités

La contrainte majeure à laquelle sont confrontés les producteurs de *faso dan fani* est le coût élevé du fil et son manque de fini. Ce produit intermédiaire représente 90 pour cent du prix à la production, et le prix élevé du *faso dan fani* le pousse dans un nouveau créneau dominé par les wax.

Une autre contrainte importante à laquelle fait face le *faso dan fani* dans la filière textile est la saturation du marché. Tant d'ONG ont lancé des activités de tissage dans les groupements féminins sans prévoir une forte composante commercialisation, que le marché est devenu rapidement saturé avec l'abrogation de la loi sur le *faso dan fani*. Le fait qu'autant de femmes sont formées est un atout potentiel, mais uniquement si elles peuvent se procurer de la matière première à un prix plus abordable, ou si elles peuvent vendre leurs produits sur de nouveaux marchés (comme l'exportation pour usage industriel dans le domaine des dessus de meubles), convenant à la qualité et à l'épaisseur du tissu).

La technologie locale du filage est traditionnelle; elle produit un fil grossier ne convenant pas à la fabrication industrielle. On n'a fait aucun effort pour l'adapter ou pour introduire une nouvelle technologie permettant de produire un fil de meilleure qualité, qui peut coûter plus cher que le fil actuel filé à la main, mais qui serait beaucoup moins cher que le fil de Faso Fani.

Un marché du pagne teint est en train de se développer, mais la qualité de la teinture est toujours médiocre. Cela présente un grave problème quant à la capacité d'exporter ce produit.

La politique gouvernementale continue de favoriser Faso Fani par rapport aux producteurs de plus petite taille. Elle permet à Faso Fani d'approuver toutes les demandes de licences d'importation des produits concurrents, comme le fil et le tissu imprimé, ce qui réduit la gamme des produits des tisserands.

Interventions à effet de levier

- Les intervenants principaux dans les différents canaux coordonnent la production et la commercialisation des produits pour de nombreuses personnes. On pourrait les identifier et travailler avec eux pour mettre au point et disséminer de nouvelles technologies. Dans de nombreux cas, c'est le teinturier qui occupe cette fonction dynamique, vu que c'est l'activité la plus lucrative.

- Si l'on devait faire une forte promotion des produits textiles des MPE au Burkina Faso, ce devrait être celle du pagne *faso dan fani*. A cette fin, on a désespérément besoin d'une nouvelle technologie de filage, simple, disponible en Asie, qui serait disséminée auprès des majeurs intervenants ou des ONG.

- Les ONG se sont montrées capables de disséminer l'information, de former les tisseuses et d'organiser les femmes en groupements. Il est maintenant nécessaire de communiquer aux femmes qu'elles arrêtent de former des groupes de tissage travaillant dans les conditions actuelles.

- Il est nécessaire de changer les règlements d'importation qui donnent à Faso Fani l'autorisation d'approuver des importations de produits qui font concurrence aux siens. Vu que l'unité Faso Fani n'a pas prouvé qu'elle pourrait être un jour rentable, on doit donner une chance à d'autres unités de production de l'être.

Confection

La confection est traitée comme une filière distincte de l'industrie textile au Burkina Faso du fait, qu'à présent, il n'existe pratiquement aucun lien entre producteurs textiles et confectionneurs. Les clients achètent leurs tissus et vont ensuite se faire faire des vêtements chez le tailleur.

Au Burkina Faso, la confection est le troisième plus gros employeur (après le bâtiment et la construction et les mécaniciens-motos) dans les zones urbaines. C'est en grande partie le domaine des MPE. L'INSD et la Direction de l'artisanat estiment que le métier de tailleur est l'activité principale de 11 542 personnes, et que pour 9 262 personnes, elle est leur activité secondaire. En 1985, cette filière était l'activité principale de 2 527 femmes et l'activité secondaire de 843. Les femmes travaillent souvent à domicile et se spécialisent dans les vêtements de bébés et d'enfants. On estimait alors que les tailleurs

représentaient 9 056 micro-entreprises de confection. Aujourd'hui, cinq ans après, elles sont probablement beaucoup plus nombreuses.

En plus de la confection, il existe un marché des vêtements usagés extrêmement important (la friperie), dont les canaux de distribution emploient probablement 10 000 personnes supplémentaires, principalement des hommes.

Marchés

Au Burkina Faso, la confection est strictement réservée au marché local. N'ayant aucune donnée sur la consommation, et des données irrégulières sur les coutumes, il est difficile d'estimer la taille totale de l'industrie des vêtements de confection au Burkina. La meilleure estimation de la taille du marché des vêtements confectionnés localement tourne autour de 30 milliards FCFA. Les ventes totales de vêtements par Faso Fani sont estimées à 20 milliards FCFA; nous pouvons multiplier ce chiffre par 50 pour cent pour la confection totale, tenant compte de la valeur ajoutée et des frais de commercialisation. Le marché de la friperie est un peu plus difficile à saisir; au moins 8 à 10 milliards FCFA, en prenant les importations officielles de friperie (4 milliards FCFA en 1987), plus 2 milliards en droits de douane ajoutés par la chaîne de commercialisation. Ce chiffre ne comprend pas les importations illégales qui sont en hausse.

Il existe deux strates distinctes : vêtements de confection à la mode et de qualité, et vêtements bon marché vendus sur les marchés ruraux et urbains. Ces deux marchés se différencient par le prix et la qualité, et on note très peu de passage d'un marché à l'autre. Nous n'avons aucun moyen d'estimer la valeur de chacun d'eux.

Canaux de distribution

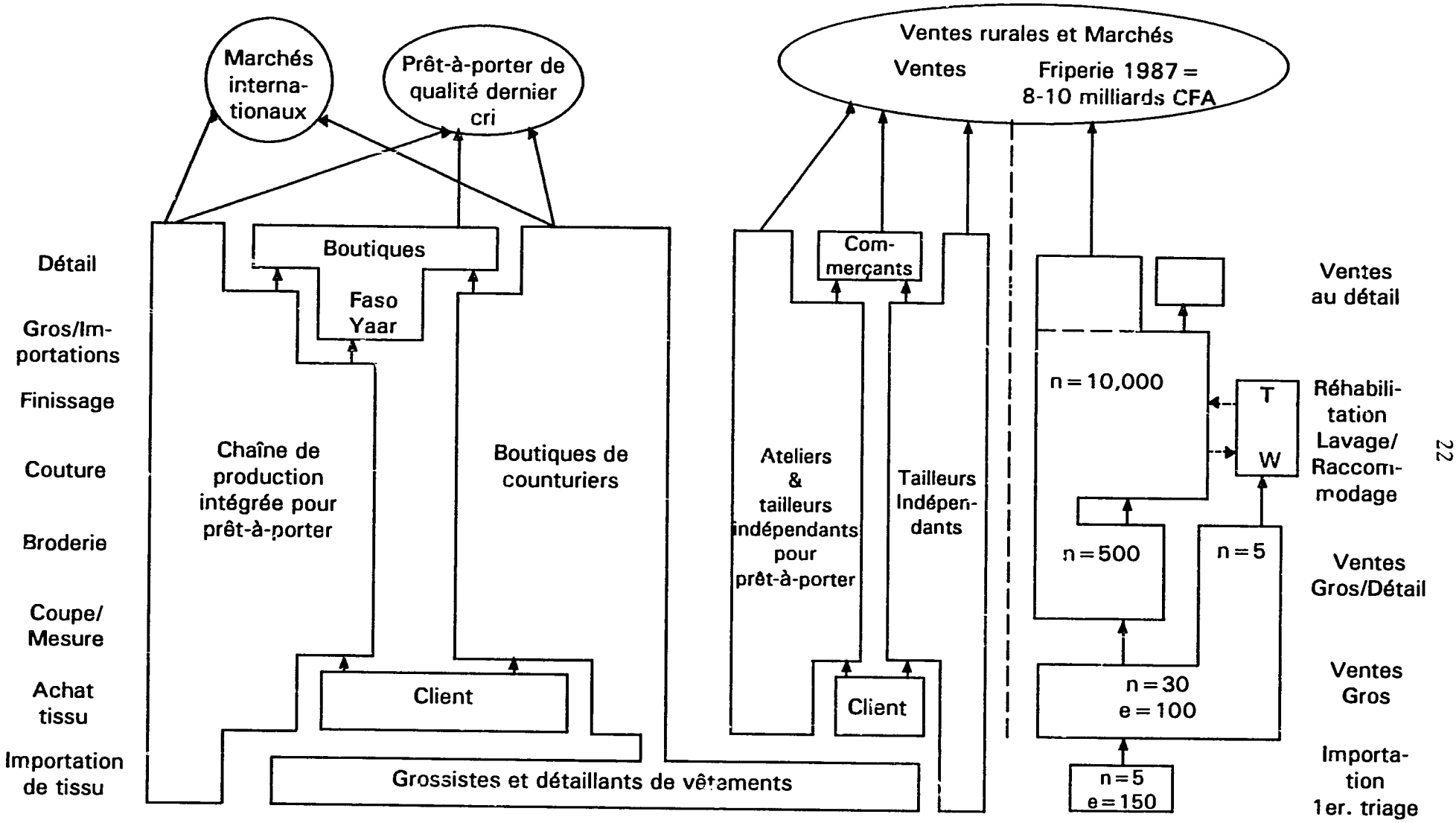
Quatre canaux principaux fabriquent des vêtements de confection pour le marché burkinabé, et un cinquième distribue des vêtements usagés. La carte de la filière à la page suivante (Figure 3) montre que les canaux 1 et 2 approvisionnent le marché haut de gamme, alors que les canaux 3 à 5 approvisionnent le marché bas de gamme.

Le canal 1 ne comprend qu'une seule entreprise, une unité de taille relativement petite qui fabrique du prêt-à-porter. Il s'est diversifié dans les vêtements faits sur commande et les articles de publicité (sacs et t-shirts), qui lui permettent de maintenir un niveau suffisant d'activité. La plupart des employés sont salariés, mais moins de 10 sont considérés permanents, permettant ainsi à l'entreprise de maintenir un statut fiscal privilégié.

Le canal 2 comprend des ateliers de tailleurs haut de gamme qui ne fabriquent presque que sur commande : les clients fournissent le tissu et choisissent le modèle. Il n'y a pas ici de prêt-à-porter, si ce n'est quelques modèles.

Dans la plupart des cas, dans les canaux 1 et 2, les chefs d'entreprises sont soit des expatriés (Ivoiriens, Sénégalais ou Maliens) soit des Burkinabés formés à l'étranger et qui sont revenus travailler au Burkina Faso. Ils ont appris leur métier en dehors du pays.

FIGURE 3
CARTE DE LA FILIERE DE LA CONFECTION



Les unités du canal 3 se spécialisent dans le prêt-à-porter de qualité médiocre vendu à des commerçants qui les revendent sur les marchés ruraux et les marchés urbains plus petits. La production est ici presque entièrement faite par des entreprises employant une à deux personnes. Il n'y a pas de chaîne de production susceptible de réduire les coûts et d'augmenter la production d'une manière significative. Le canal 4 est le plus simple tailleur qui se concentre sur des commandes de qualité inférieure, comme les retouches ou des vêtements simples. Ces deux canaux sont séparés des canaux 1 et 2 par la qualité du travail, un obstacle difficilement surmontable sans un supplément d'apprentissage et sans l'introduction de nouvelles techniques.

Le canal 5 est strictement un canal de distribution de la friperie. Le reconditionnement, le lavage et le repassage des vêtements avant la vente permettent de créer une certaine valeur ajoutée. Ce canal est une pyramide renversée, avec cinq majeurs importateurs (usines) approvisionnant environ 30 grossistes, qui approvisionnent 1 000 distributeurs travaillant avec plusieurs milliers de détaillants au sommet de la pyramide, qui, à leur tour, acheminent le produit vers les consommateurs. C'est un canal très efficace pour atteindre le marché.

Dynamique

Les principaux facteurs activant la filière sont la demande, à la fois locale et internationale, l'innovation technologique et l'environnement de la politique gouvernementale.

Pour la confection, la structure de la consommation dans le monde montre que la propension marginale à consommer est la plus élevée parmi les couches les plus pauvres de la population, mais que l'élasticité globale est proche de 1.[6] Ceci a des implications importantes pour la demande de vêtements confectionnés par les micro-entreprises au Burkina Faso. La majeure partie de la production des petits tailleurs, et la friperie, sont achetées par les consommateurs ruraux les plus pauvres; ainsi, un marché continu pour de nouveaux produits devrait exister dans les canaux le plus bas de gamme.

La concurrence entre friperie et prêt-à-porter est un obstacle important qui doit être pris en considération dans les marchés haut et bas de gamme. La production locale sera handicapée aussi longtemps qu'elle ne sera pas en mesure de soutenir la concurrence du point de vue coût et qualité.

Dans la confection, l'innovation technologique se limite à l'amélioration de la qualité, aux nouveaux modèles et au lancement de nouveaux procédés et systèmes de gestion, comme les chaînes de production. Ceci est en train de se produire progressivement grâce aux tailleurs qui, après avoir acquis des compétences à l'étranger, rentrent au pays pour ouvrir leurs propres ateliers.

---

[6] Des calculs effectués récemment au Lesotho mettent l'élasticité de la demande à 1,57 dans le tiers le plus pauvre de population (voir Grant, et al., *Lesotho Subsector Study*, 1991); des calculs faits au Mali en 1988 estimaient l'élasticité globale de la demande de produits vestimentaires à 1,39, alors que les estimations mondiales sont proches de 1. (Voir Grant et Hanel, 1988).

Le gouvernement a fait bien peu pour encourager une politique ou un environnement dynamique dans le domaine de la confection. Il a essayé de limiter les importations de friperie en augmentant les droits de douane de 150 pour cent, jusqu'à 300 FCFA/kg, mais cela n'a fait qu'entraîner la création de nouveaux canaux informels d'importation via Lomé, où le droit d'entrée n'est toujours que de 75 FCFA/kg. Les tentatives du gouvernement d'organiser artificiellement l'industrie de la confection n'ont pas abouti.

Majeures contraintes et opportunités

A l'heure actuelle, le coût relativement élevé et la qualité relativement inférieure des vêtements fabriqués localement est un facteur qui élimine l'exportation potentielle des produits burkinabés. Par ailleurs, aucune industrie du prêt-à-porter n'est en mesure d'exporter.

La fourniture irrégulière d'intrants est une contrainte pour les activités de la chaîne de production. La fourniture des grosses quantités de matières que demande la confection du prêt-à-porter de qualité est inadéquate; la seule unité qui fait du prêt-à-porter au Burkina peut donc difficilement compter sur des canaux réguliers d'approvisionnement. La cause exacte de cette contrainte doit être ultérieurement examinée, mais elle résulte probablement du fait qu'il n'existe pas de grosses commandes régulières de la part des unités de production (vu qu'il n'y en a qu'une seule). Par ailleurs, une analyse ultérieure permettrait d'identifier les contraintes auxquelles pourraient se heurter les femmes qui veulent travailler dans les chaînes de production, et la façon de les aborder.

Le manque d'une industrie burkinabée traditionnelle est une contrainte majeure en ce qui concerne l'évolution de l'industrie. Les Burkinabés comptent largement sur les étrangers pour leur apporte les compétences et l'expérience nécessaires au lancement des unités de production. Cela changera avec le temps, mais le potentiel de développement de telles unités dans le pays existe, en particulier si on met l'accent sur la partie bas de gamme du marché. Une façon de répondre à cette contrainte serait de favoriser la création de centres d'apprentissage privés pour améliorer les qualifications des tailleurs.

En ce qui concerne les écoles privées, la politique fiscale est basée sur le nombre d'élèves inscrits. Cela pénalise les écoles techniques, comme les centres de couture, que la plupart des stagiaires ne peuvent fréquenter qu'à mi-temps sur une longue période de temps. Sur le marché, le barème fiscal variable est en fait plus élevé pour les plus petits tailleurs, qui louent un endroit pour travailler à la journée, que pour les tailleurs plus importants qui peuvent se permettre de louer un atelier au mois.

Interventions à effet de levier

- Le groupement géographique est un facteur important parmi les tailleurs du fait que la plupart sont implantés en milieu urbain. De nouveaux programmes de formation mettant l'accent sur le style et le modèle devraient cibler ce milieu. Ces programmes ne devraient pas laisser échapper l'opportunité de recycler les femmes et de leur donner un majeur accès à l'emploi dans ce domaine.

- Le canal de distribution de la friperie est un débouché possible pour les petits tailleurs urbains. En s'associant à ce réseau, ils peuvent accroître leur capacité de commercialisation, ce qui les encouragerait à chercher des moyens d'augmenter leur production.

- Quant aux réformes des politiques concernant l'environnement fiscal, supprimer les mesures fiscales qui dissuadent d'ouvrir des écoles techniques est un bon point de départ. Un examen ultérieur de l'impact des disparités fiscales sur le marché est nécessaire.

Construction

La construction est une filière très importante pour le Burkina Faso, pour deux raisons. La fabrication de matériaux de construction et la prestation de services divers pour la construction de maisons d'habitation, de bureaux et d'autres bâtiments font vivre près de 27 000 artisans. "Le logement pour tous" a été un point focal de la politique de développement du GDBF depuis la révolution de 1983, et la mise en place d'une industrie forte dans ce domaine est une majeure priorité nationale. Les projets de construction, à eux seuls, représentaient plus de 20 pour cent de toutes les dépenses publiques du Plan quinquennal 1986-1990, un investissement de plus de 80 milliards FCFA.

Malgré tout, la prestation de bons logements, à des prix abordables, demeure l'un des problèmes majeurs auxquels fait face le pays. Des maisons partiellement (souvent mal) construites sont une caractéristique du paysage dans les grandes villes et dans les petites villes en pleine croissance. L'intervention du gouvernement a créé une forte demande et a encouragé un boom qui a mené à la création de nombreuses entreprises nouvelles. Son retrait récent de l'investissement direct dans la construction a plongé cette filière dans la crise.

Aucune barrière légale ne s'oppose à l'entrée des femmes dans cette filière, mais un nombre considérable de barrières socio-culturelles font qu'elles ne se lancent pas dans des domaines plus lucratifs. Plusieurs centaines de femmes (en général les plus âgées), gagnent un peu d'argent à ramasser du sable et du gravier qu'elles vendent à la périphérie des deux grandes villes. Un nombre encore plus important (mais difficile à quantifier) aident la construction familiale, fournissant eau, sable et gravier aux hommes de la famille, et font du plâtrage. Cependant, pour la plupart des Burkinabés, le logement, et la construction moderne qui en est découlé, sont la responsabilité des hommes. Pratiquement tout le travail est fait en dehors du domicile familial, dans un pays où, bien que les valeurs soient en voie de changement, nombreux sont ceux qui considèrent encore que les femmes doivent rester à la maison. Il n'existe pas de programmes pour former les femmes dans le domaine de la construction ou pour les encourager à travailler dans cette industrie.

Marchés

Les logements de haut standing, les bureaux et les bâtiments officiels des zones rurales (écoles, dispensaires, etc.) ont attiré le plus l'attention des promoteurs et des entrepreneurs; on compte de 300 à 400 projets par an, pour près de 5 milliards FCFA. Cependant, les marchés les plus importants sont ceux de l'habitat pour faibles revenus dans les zones rurales et périurbaines. On y construit de 500 000 à 600 000 unités par an, représentant une valeur totale de plus de 30 milliards FCFA. Ces marchés ont peu attiré l'attention parce que les gens, en grande partie, produisent leurs propres matériaux et construisent leurs propres maisons. Le travail y est de courte durée, faisant habituellement appel à des qualifications très spécifiques, et les rémunérations sont modestes - le type de tâche que seules les MPE peuvent assumer.

Canaux de distribution

La carte de la filière est compliquée du fait de nombreux contrats horizontaux et de sous-traitances. Il existe trois canaux principaux de production : l'autoconstruction, le tâcheronnat et la construction à l'entreprise. Dans le tâcheronnat, le propriétaire/promoteur participe activement à la construction, alors que dans la construction à l'entreprise, le travail est donné à une ou plusieurs entreprises. Les MPE (entrepreneurs artisans ou tâcherons) travaillent dans les deux derniers canaux, alors que des entreprises plus structurées ne participent qu'au plus formel, la construction à l'entreprise.

Dynamique

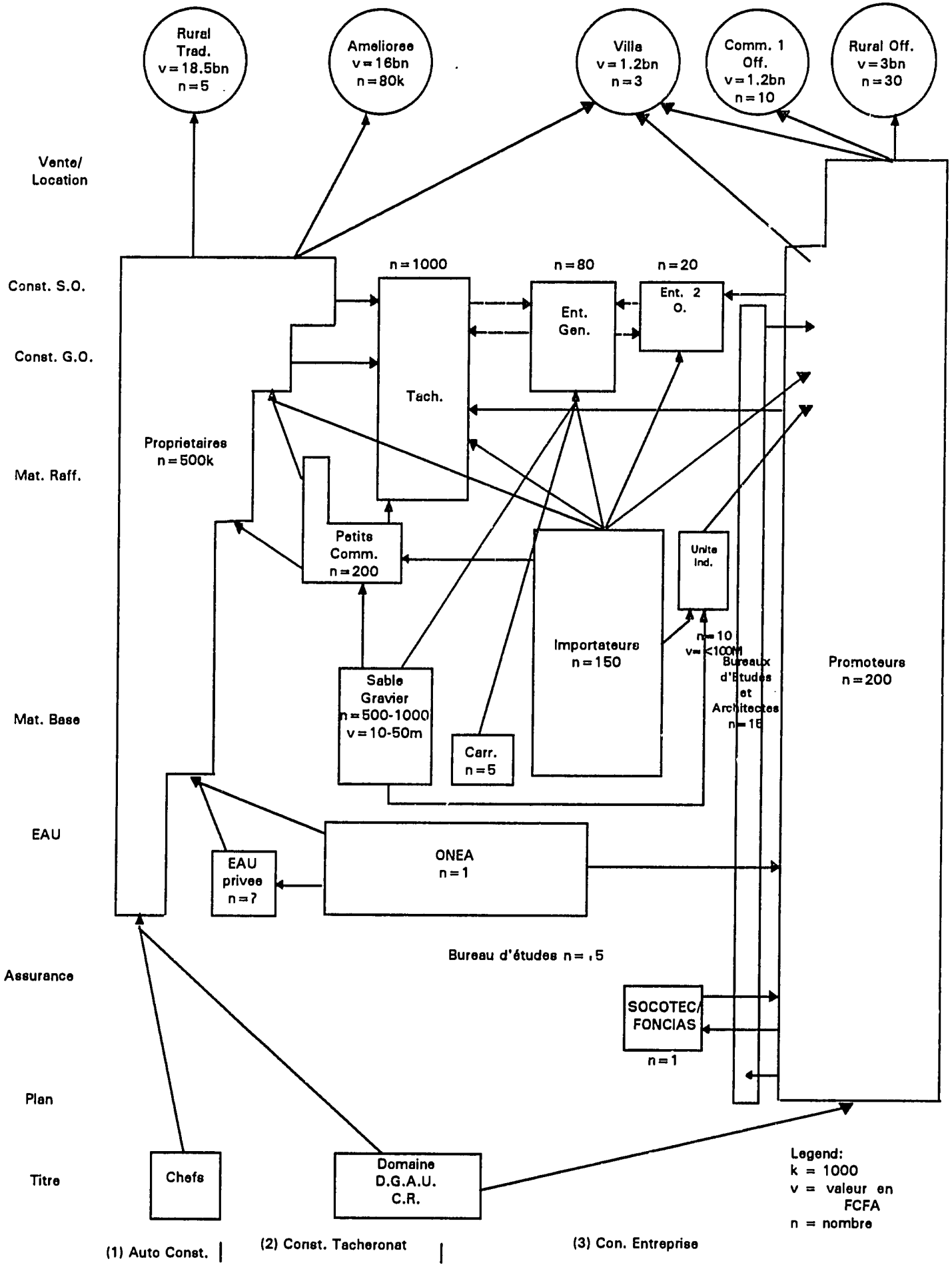
Depuis 1983, la priorité donnée à la construction par le GDBF a entraîné une augmentation importante du nombre d'entreprises, petites et grosses. Bon nombre de nouvelles entreprises sont des extensions d'entreprises préexistantes (notamment grossistes et entreprises de transport) dans un nouveau domaine, motivées par la carotte des contrats publics et par les faibles dépenses d'investissement nécessaires dans ce secteur par rapport aux autres industries. Leur accès aux importations essentielles, et la manière relativement libre avec laquelle ont été réglés les appels d'offres, ont causé des problèmes pour les entreprises et pour les clients. Les MPE, de même que les entreprises plus importantes, trouvent la concurrence difficile lorsque leurs fournisseurs sont aussi présents sur le marché. Les enchères ont été entravées par des soumissions délibérément moins chères que celles des concurrents, résultant en une adjudication de projets à des entreprises incapables de les réaliser jusqu'au bout, et en des conséquences qui se sont répercutées sur la filière toute entière.

La demande des deux marchés principaux a chuté, la construction à l'entreprise de logements de haut standing étant la plus gravement touchée. Ce marché a été artificiellement gonflé par les dépenses publiques et par les politiques du gouvernement concernant la redistribution des parcelles dans les deux villes principales, ainsi que par l'obligation faite aux propriétaires de tous les immeubles du centre-ville d'y ajouter un étage. Dépendant fortement de matières premières et de matériaux de construction importés, cette dépense ne pouvait pas être couverte par les revenus locatifs ou ceux de la location-vente. La demande bas de gamme a chuté parce que bon nombre de ceux à qui des terrains à bâtir ont été attribués n'ont pas les moyens de construire, et ceux sans terrain ne sont pas disposés à investir si ce n'est leur propre temps et leur propre travail. Nombreuses sont les entreprises de plus grande taille qui sont passées du secteur du bâtiment aux travaux publics (comme les routes et les barrages).

Contraintes

Nombreux sont ceux qui citent l'aspect financier comme étant la majeure contrainte à l'expansion de la filière, mais les politiques concernant le régime foncier sont la cause première de la crise actuelle. Les règlements existants concernant les droits sur les parcelles et le système de leur affectation rendent les droits fonciers et d'aménagement incertains. En effet, on demande aux gens d'abord de construire pour acquérir une certaine sécurité, alors que les gens doivent d'abord acquérir une certaine sécurité pour être financièrement en mesure de construire. Le manque d'infrastructures de base dans de nombreux lotissements entrave ultérieurement leur aménagement.

FIGURE 4
CARTE DE LA FILIERE DE LA CONSTRUCTION



Une dépendance excessive à l'égard des matériaux importés a fait augmenter les coûts de construction. La majorité des Burkinabés ne pourra jamais se permettre le type de logements construits dans le cadre des récents programmes du gouvernement, et le gouvernement ne pourra jamais se permettre les bâtiments officiels qui sont normalement construits. Les villas du gouvernement coûtent de 3 à 8 millions FCFA, et les résidents de Ouagadougou, qui ont un revenu mensuel médian de 50 000 FCFA ne peuvent se permettre que des logements de 300 000 à 800 000 FCFA. Le ministère de la Santé a prévu 25 millions FCFA pour construire un dispensaire rural. Le développement de logements à faible coût construits avec des matériaux locaux a été entravé par un manque de coordination parmi les institutions impliquées dans ce secteur, et par le fait que de nombreuses ONG ne sont pas disposées à travailler avec les entreprises de construction.

Dans cette filière, les réglementations ont également manqué de coordination et ont toujours été inefficaces, tout autant pour les titres de propriété que pour la gestion du processus d'appel d'offres. Elles ont encouragé la concurrence au détriment des normes professionnelles, et ont découragé la communication entre entreprises. La patente, complexe et d'une administration fantasque, fait fuir la plupart des MPE de l'enregistrement. Bien que, en théorie, la patente prenne en considération la taille de l'entreprise et son aptitude à payer, la plupart des entrepreneurs pensent que l'enregistrement les oblige à verser des avances importantes, dans un milieu où le travail est incertain et où les périodes sans travail et sans cash flow sont monnaie courante.

Opportunités de croissance de la filière

Les marchés sont en déclin, mais le désir d'un logement et le besoin de construire restent forts. A Ouagadougou seulement, quelques 30 000 parcelles n'ont toujours pas été aménagées, et beaucoup de propriétaires souhaitent agrandir ou améliorer leurs logements. Il existe un bagage considérable de connaissances locales sur les matériaux de construction de substitution et sur les méthodes améliorées de construction. Des modifications des pratiques existantes, comme un meilleur plâtrage des constructions en briques traditionnelles, pourraient revitaliser le marché tout en réduisant les coûts à des niveaux abordables pour la majorité des Burkinabés (en particulier la population urbaine). Adapter les conceptions et les matériaux des bâtiments officiels aux besoins ruraux (éliminant le besoin de pièces séparées pour les injections et les traitements dans les dispensaires, par exemple) pourrait faire baisser les coûts et intensifier la construction en milieu rural.

Interventions à effet de levier

- **Réforme des politiques.** La législation concernant le régime foncier devrait être revue afin de donner une sécurité préalable et des droits d'aménagement à ceux à qui des parcelles ont été attribuées. Cela faciliterait la réforme du marché financier pour qu'il octroie davantage de capital à cette filière. Le système d'enregistrement et de classification des entreprises doit être réexaminé. La tendance actuelle à classifier les entreprises selon les qualifications et les ressources est positive, mais fait fuir la plupart des MPE qui craignent les implications de l'enregistrement sur leur cash flow. Un allégement des patentes à tarif uniforme payées à l'avance encouragerait davantage de MPE à adhérer au nouveau système du gouvernement.

- **Organisation principale.** La Direction de l'Architecture et de l'Urbanisme, qui administre l'enregistrement, peut servir de point de levier pour des informations sur les possibilités de coûts de construction plus abordables et sur la formation, et pour faciliter les sous-traitances. A cette

fin, elle devrait travailler en étroite collaboration avec le Syndicat des entreprises de construction (comme elle le fit pour la conception du nouveau système de classification). La recherche de technologies de substitution devrait mettre davantage l'accent sur l'adaptation des matériaux traditionnels et des méthodes traditionnelles à la construction de logements modernes en milieu urbain. Elle devrait utiliser davantage les entreprises existantes, petites ou grosses, plutôt que d'essayer d'en créer de nouvelles. Le projet "construire avec la terre" du ministère de l'Architecture et du Développement Urbain, financé par la Banque mondiale, est en train de prendre les premières mesures prometteuses dans ce sens.

- **Regroupement géographique.** Les petits centres en pleine croissance sont un autre point de levier potentiel. Il en est de même des zones fournissant des matières premières essentielles, comme Kombissiri, à 40 km de Ouagadougou. Une assistance financière et organisationnelle aux femmes qui ramassent le sable et le gravier pourrait améliorer la qualité des matériaux et accroître les revenus dans ces zones rurales.

Cosmétiques

Au Burkina Faso, la filière des cosmétiques englobe un ensemble diversifié d'activités productives et de services en plein essor. Ces activités pourraient bien impliquer jusqu'aux deux-tiers de la population féminine totale du Burkina (rurale et urbaine). La partie matières premières de cette filière comporte la cueillette et la transformation des graines de "l'arbre à beurre" (Butyrosperum parkii). Cette activité engage la grande majorité (nombre indéterminé) des femmes rurales du Burkina Faso. En 1990, les achats officiels de graines de karité s'élevaient à 540 millions FCFA. Le niveau réel d'activité économique, dont la production et la vente du beurre de karité, est beaucoup plus élevé.

La production de cosmétiques (shampooings, lotions pour les soins de l'épiderme et de la chevelure, etc.) à partir du karité, et la vente de produits de beauté dans les salons de coiffure, sont des domaines réservés aux femmes beaucoup moins importants, mais qui semblent se développer. Une entreprise fabriquant des cosmétiques à base de karité, qui appartient à des femmes et qui est dirigée par elles, est prometteuse. En 1985, on comptait 2 000 coiffeuses. La valeur de l'industrie des salons de coiffure était estimée à 1 milliard FCFA, avec une valeur ajoutée de 800 millions FCFA. Etant donné la nature de cette filière, il est cependant très probable que ces valeurs soient en fait plus élevées.

Marchés

Au Burkina Faso, le marché intérieur des cosmétiques (le savon ordinaire exclu) s'élève à près de 1,5 milliards FCFA par an, sans compter le commerce illégal, important et en plein essor. Ce marché se trouve principalement dans les zones urbaines et, jusqu'à un certain point, inclut le nombre croissant de salons de coiffure, dont certains vendent des produits de beauté. Tous les cosmétiques, à l'exception de la production d'une petite entreprise locale, sont importés de l'Europe, de la Côte d'Ivoire et du Nigéria. Par contraste, dans les zones rurales, le marché est essentiellement celui du savon ordinaire fabriqué par deux grosses savonneries, une privée et l'autre étatisée. Il y a un marché pour le savon artisanal à base de beurre de karité. Le beurre, surtout utilisé pour faire la cuisine, est également vendu. On estime la consommation à 4 kg par personne et par an.

Le marché international concerne les amandes de karité et, dans une moindre mesure, le beurre. La Caisse de stabilisation des prix des produits agricoles (CSPPA) contrôle le marché du karité en fixant les prix et les niveaux des exportations. En Europe, l'extrait d'huile de karité est utilisé dans les chocolateries, les pâtisseries et l'industrie des cosmétiques. Le marché mondial des amandes de karité pourrait tourner autour de 70 000 tonnes/an; le prix moyen, bien que fluctuant, s'élève à 125 000 FCFA/tonne f.o.b. Le marché du beurre de karité pourrait être de l'ordre de 1 000 tonnes/an, avec un prix moyen de 375 000 FCFA/tonne. Le Burkina Faso est l'un des plus gros fournisseurs du marché mondial.

Canaux de distribution

La carte de la filière (Figure 5) montre 4 canaux de distribution et de production : production de subsistance locale du beurre et du savon de karité, exportations de karité, production intérieure de cosmétiques et importations de cosmétiques. Le premier canal comprend un grand nombre (non documenté) d'intervenants (en grande partie des femmes) qui produisent pour l'autoconsommation et les marchés locaux. Le point de départ de l'exportation du karité est un grand nombre de femmes, mais cette activité est rapidement prise en main par les transporteurs, les commerçants, puis par les exportateurs sous le contrôle de la CSPPA.

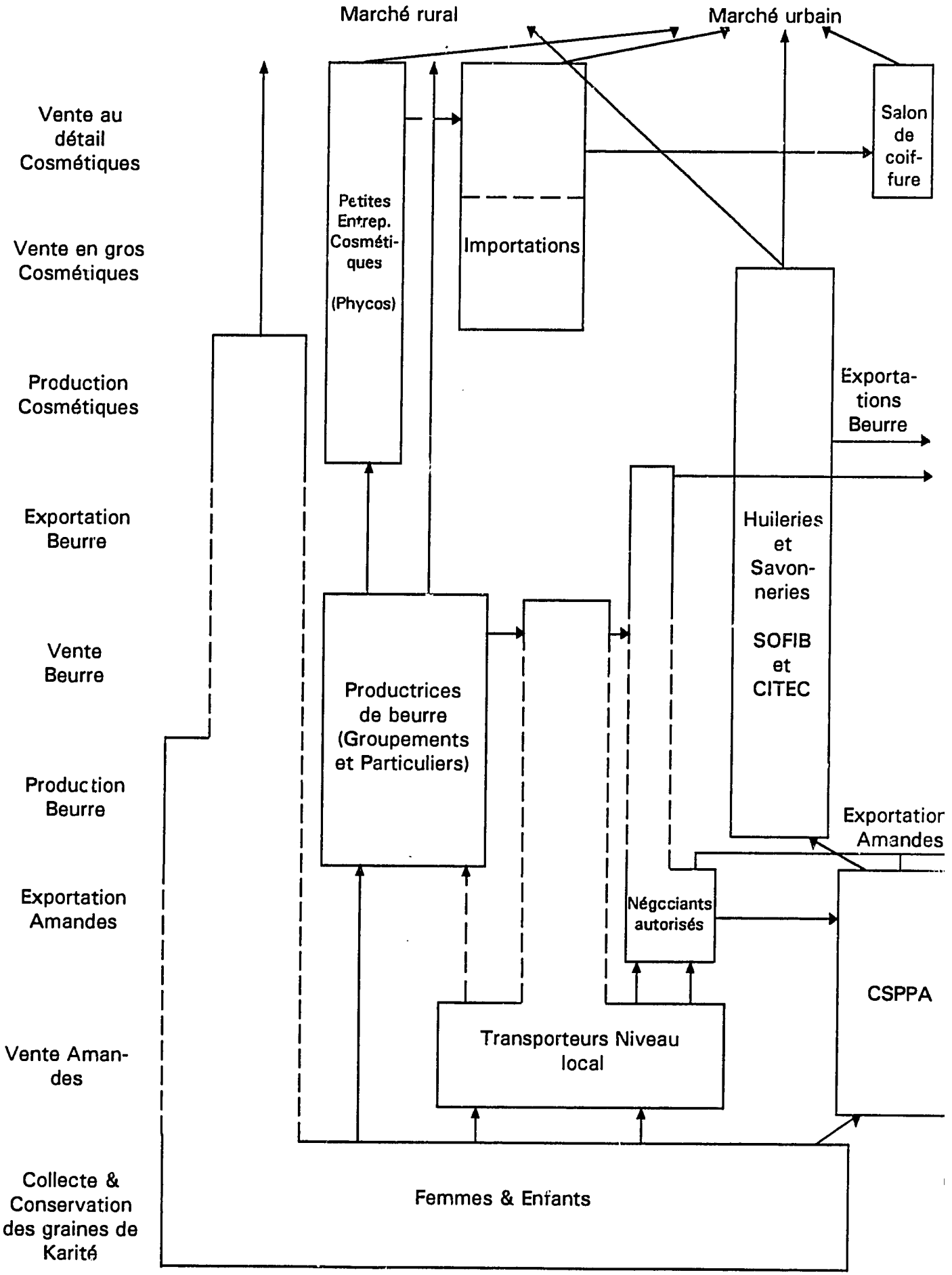
Les importations de cosmétiques, légales et illégales, dominent ce secteur. La production intérieure se répartit entre deux canaux. Les deux grosses savonneries (CITEC et SOFIB) utilisent des matières premières importées (essentiellement l'huile de palme) et exportent du beurre de karité. PHYCOS, l'entreprise qui fabrique une gamme diversifiée de cosmétiques, est approvisionnée directement en beurre de karité par cinq femmes (qu'elle a formées); ce beurre est la base de la plupart de ses produits. Selon la saison, PHYCOS leur achète jusqu'à 700 kg de beurre par semaine, elle ne cesse de recevoir des demandes de la part de groupements féminins qui veulent aussi lui vendre du beurre.

Dynamique

L'exportation de karité est une source importante de devises pour le Burkina Faso. Comme beaucoup de produits primaires, le karité est sujet à une production fluctuante et à un marché mondial instable. On utilise essentiellement le karité comme additif pour améliorer le beurre de cacao (pas un succédané), il suit donc le marché du beurre de cacao. L'effondrement récent de l'industrie chocolatière russe, qui en utilisait un fort pourcentage pour améliorer son produit, a eu un impact sur le marché mondial. Quoi qu'il en soit, le Burkina Faso a officiellement exporté l'année dernière plus de 30 000 tonnes de graines de karité, à une valeur f.o.b. officielle de 65 000 FCFA/tonne. Le marché intérieur et les niveaux des exportations sont contrôlés par la CSPPA. Les prix fixes et les niveaux des exportations varient chaque année, ce qui fait que les exportateurs peuvent difficilement satisfaire leurs clients avec régularité.

L'industrie nationale des cosmétiques n'utilise qu'une très petite quantité de beurre de karité. Les grosses savonneries prétendent que le karité coûte trop cher pour qu'on l'utilise dans la fabrication du savon ordinaire, qui est l'industrie cosmétique la plus importante au Burkina. Un savonnier a fait mention de 185 FCFA et 200 FCFA le kg d'huile de palme et d'acides gras respectivement, dans un même temps, le karité se vendait 300 FCFA/kg. L'industrie des cosmétiques utilise le karité, mais en quantité limitée et pour des produits de valeur. Les problèmes auxquels étaient confrontées les deux entreprises, qui ont provisoirement interrompu leurs activités, concernaient un marché intérieur très compétitif et des difficultés techniques et financières. PHYCOS, la seule entreprise qui continue à produire, appartient à

FIGURE 5
CARTE DE LA FILIERE DES COSMETIQUES



des femmes techniquement formées qui l'exploitent (par rapport aux deux autres qui appartenaient et étaient exploitées par des hommes d'affaires); elle a ciblé des marchés de niveau moyen et supérieur d'Européens et d'Africains avec des cosmétiques de première qualité. Le marché des femmes Burkinabées est limité en raison de problèmes d'image de marque des produits "Fabriqués au Burkina"; il est toutefois en croissance.

Le domaine des salons de beauté en plein essor reflète à la fois les problèmes auxquels sont confrontés les cosmétiques et les potentialités. Seul un nombre limité de salons de beauté plus prospères vendent ou utilisent régulièrement des cosmétiques, pourtant le potentiel semble exister. Un calcul approximatif indique qu'à Ouagadougou un salon, petit mais prospère, peut réaliser de 40 000 à 50 000 FCFA de bénéfice par mois.

Majeures contraintes et opportunités

Plusieurs contraintes de politique, de technologie et de marché entravent le développement de la filière. Au niveau des exportations, le contrôle des pouvoirs publics sur le marché du karité et sur les niveaux des exportations décourage tout investissement dans ce secteur visant à améliorer la transformation du beurre et les relations commerciales. L'opportunité existe d'exporter plus d'amandes de karité et d'explorer les options pour exporter davantage de beurre.

En plus des contraintes de politique, des contraintes techniques entravent l'augmentation des exportations, en particulier celle du beurre de karité. Bien que les techniques traditionnelles permettent d'atteindre des taux de transformation de 20-28 pour cent, les techniques améliorées peuvent porter ce niveau à 30-40 pour cent. En outre, le transport du beurre de karité est problématique, à moins qu'il ne soit très raffiné. A l'heure actuelle, seule la Phycos est capable de réaliser ce procédé sophistiqué, mais n'en a pas la capacité physique.

La croissance de la production intérieure de cosmétiques se heurte à des obstacles considérables. La concurrence avec les importations est serrée. Les produits à base de karité ne peuvent pas économiquement faire concurrence aux importations illégales dans la partie bas de gamme du marché (spécialement pour la production de savon), et soutiennent difficilement la concurrence des importations légales dans la partie haut de gamme en raison des mêmes problèmes de réputation et d'image de marque. La fabrication des cosmétiques est aussi une entreprise assez technique qui demande des techniciens bien formés. Cependant, il est probable que le maintien d'une qualité supérieure, qu'une commercialisation agressive et que le temps changeront ce tableau.

L'opportunité est donnée aux coiffeuses de promouvoir et de vendre des cosmétiques; cependant, bien souvent, elles n'en vendent pas. Les coiffeuses, comme beaucoup de femmes qui se lancent dans les affaires au Burkina Faso, ne possèdent pas les compétences essentielles requises en matière de direction du personnel, de gestion générale des affaires, de commercialisation ou d'investissement. Une structure fiscale complexe et souvent arbitraire vient compliquer ce manque de compétences. Ce système décourage souvent les propriétaires de salons de vendre des cosmétiques.

Interventions à effet de levier

Il existe plusieurs points potentiels d'intervention dans la filière des cosmétiques. Au niveau actuel de production, il n'y a qu'une seule entreprise chef de file - Phycos. Si elle réussissait à surmonter les

problèmes susmentionnés, soit en augmentant considérablement ses ventes intérieures, soit en augmentant ses exportations, elle pourrait créer un précédent pour de nouvelles entreprises dans ce domaine.

- Un important point de levier pour le marché global du karité est la CSPPA. Un dialogue de politique concernant des changements du contrôle de l'Etat sur le marché du karité devrait viser à rendre les exportations et les investissements dans sa production plus intéressants pour les commerçants et pour les clients étrangers.

- Au niveau de la production, on devrait s'occuper d'améliorer la production et la transformation du karité au Burkina, qu'il soit à exporter ou pour la consommation intérieure, par le biais des programmes en cours du gouvernement et des ONG, dont les programmes de crédit qui font des prêts aux femmes. De pair avec des changements dans l'environnement de la politique, il serait peut-être possible de collaborer avec les majeurs exportateurs de karité pour explorer le potentiel d'augmentation des exportations de beurre et des investissements du secteur privé dans la formation, la dissémination de l'information et le contrôle de la qualité.

- Travailler par l'entremise des coiffeuses pourrait avoir un impact important sur la demande de cosmétiques fabriqués localement. Les réformes des politiques devraient comporter un réexamen du système fiscal actuel régissant les salons de coiffure, en vue d'en simplifier la procédure, l'alignant sur l'échelle réelle des activités, et éliminant les mesures qui dissuadent le développement et la diversification. Comme nous l'avons mentionné, les coiffeuses ont aussi besoin d'une formation de base. Cette formation pourrait être une formation professionnelle adaptée à la situation spéciale des salons de coiffure. Un projet en cours, financé par le PNUD et le BIT, dispense une formation de base à 14 coiffeuses ayant un niveau moyen. Cette activité, qui doit se terminer en décembre 1991, devrait être analysée pour avoir des éclaircissements sur la formation dans ce domaine.

Matériel agricole

Le matériel d'exploitation agricole[7] est devenu un facteur assez courant dans la production des cultures vivrières et marchandes au Burkina Faso; plus de 100 000 cultivateurs utilisent du matériel à traction animale. La plus grande partie de ce matériel a été fabriqué localement, bien que la participation des micro-entreprises à leur production ait été minime. Faire passer la fabrication locale du matériel à traction animale aux micro-entreprises, et faire passer les firmes industrielles à des produits de valeur supérieure, donnerait un potentiel considérable de création d'emplois dans les villes principales et secondaires, et une valeur ajoutée accrue dans le pays.

---

[7] La filière du matériel agricole comprend la fabrication, la distribution, la vente et la maintenance d'une diversité d'outils et d'équipements agricoles. Pour la présente analyse, nous nous sommes concentrés sur le matériel le plus communément utilisé (et fabriqué) au Burkina Faso - la *daba* (houe à manche court), le matériel à traction animale et les tracteurs.

Le Burkina compte aujourd'hui 600 forgerons qui ont suivi un programme formel de formation; bon nombre d'entre eux fabriquent maintenant des charrues complètes qu'ils vendent aux cultivateurs locaux. Ces forgerons modernes représentent moins de 20 pour cent de tous les forgerons travaillant à plein temps au Burkina. Un recensement fait en 1985 (Jean Stoupy) déterminait qu'environ 25 000 personnes sont forgerons à plein ou à mi-temps. Le métier de forgeron est traditionnellement dominé par les hommes. Sur ces 25 000 forgerons, seulement 1 500 sont des femmes. Nous n'avons pas été en mesure de rencontrer de femme forgeron. La valeur totale des ventes et des services de ces MPE dépasse 1 milliard FCFA par an.

Marchés

La valeur du marché du matériel agricole au Burkina est estimée à 2,5 milliards FCFA par an. Ce marché se répartit de façon assez égale entre trois strates - matériel motorisé (850 millions FCFA), à traction animale (900 millions FCFA) et outils manuels (800 millions FCFA). La valeur locale ajoutée dans la strate du matériel motorisé est minime, vu que la majorité du matériel (en valeur) est importé et qu'il est seulement assemblé au Burkina. Dans les outils manuels, la valeur ajoutée est considérable, elle représente jusqu'à 400 millions FCFA par an. Dans le matériel à traction animale, la valeur ajoutée localement est importante (200 millions FCFA), mais il y a possibilité d'augmentation ultérieure.

Pour le matériel motorisé, les perspectives à court terme sont limitées, et il est peu probable que de nouveaux marchés puissent être créés pour les micro-entreprises. Le marché des charrues à traction animale a atteint un plafond, mais devrait se stabiliser dans les dix prochaines années autour de 5 000 à 7 000 unités par an. La valeur totale de la production s'élève à 300 millions FCFA par an, les pièces de rechange représentant probablement 200 millions FCFA supplémentaires par an. Le marché des charrettes à traction animale est aussi important (atteignant 600 millions FCFA en 1990), avec d'amples fluctuations des niveaux des ventes au cours des dix dernières années. On s'attend à ce que les ventes demeurent assez stables au cours de la prochaine décennie.

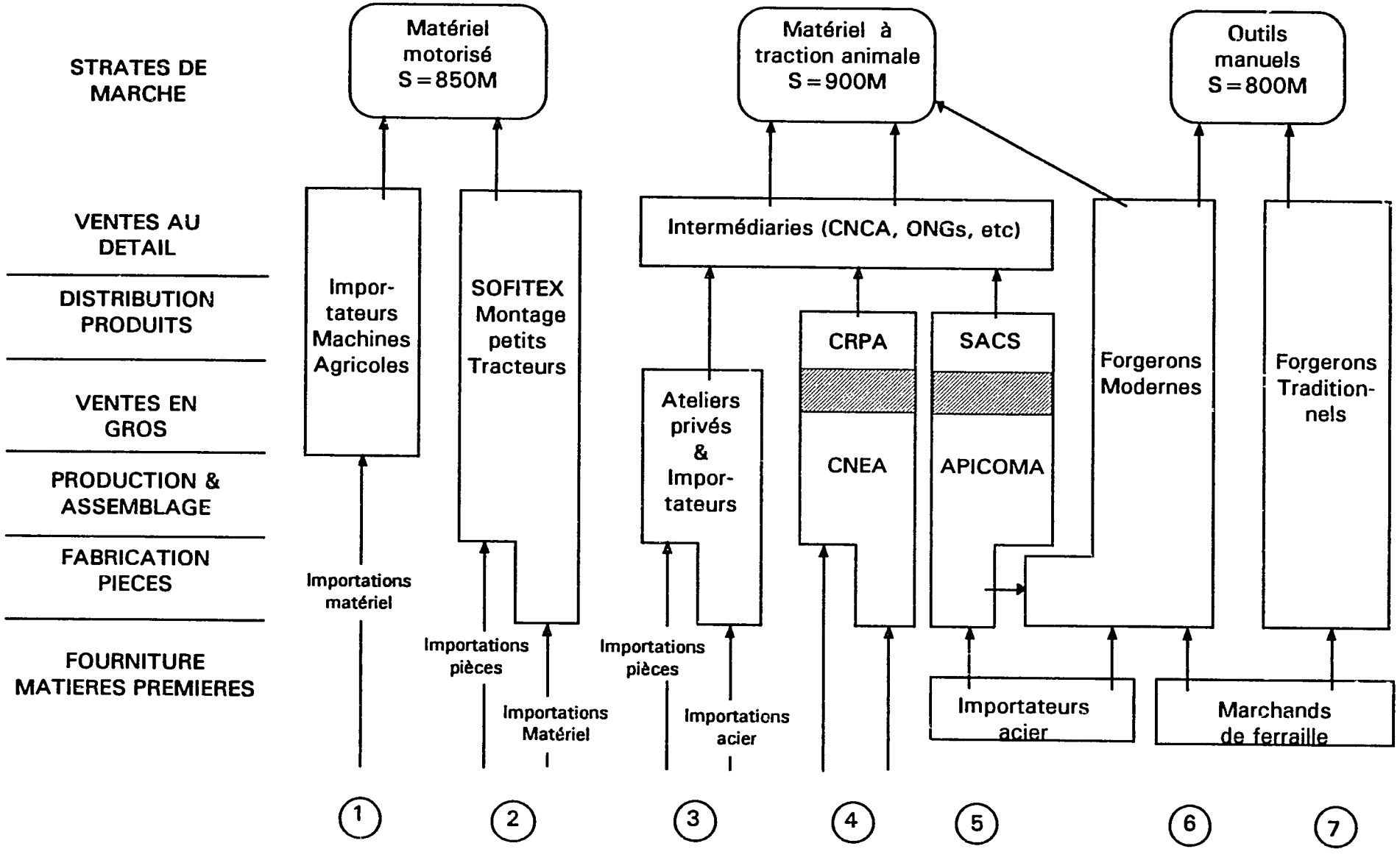
Le marché de la daba et des autres outils agricoles s'élève à 800 millions FCFA par an, la majorité de ces instruments agricoles étant fabriqués par les micro-entreprises locales. Le marché de la daba devrait continuer de croître, et un meilleur accès aux matières premières devrait faciliter une production accrue de dabas et d'autres outils manuels connexes, par les forgerons modernes et traditionnels.

Canaux de distribution

La carte de la filière (Figure 6) identifie trois strates principales (et donne une estimation des ventes annuelles par strate), et sept canaux de production et de distribution. Peu de micro-entreprises sont impliquées dans ces canaux et, à part une production limitée de pièces détachées pour charrues, cette strate de marché offre peu d'opportunités pour un développement des micro-entreprises.

Les canaux 3 à 5 concentrent leurs activités dans la strate du matériel à traction animale. Il s'agit soit d'importateurs, petits ateliers du secteur moderne, soit de grosses entreprises étatisées. Deux entreprises étatisées (canaux 4 et 5), qui approvisionnent 80 à 90 pour cent du marché de la traction animale, sont subventionnées, ce qui limite par conséquent l'accès des micro-entreprises à un important marché potentiel. Ces grosses entreprises sont en mesure de se lancer dans des produits plus chers, mais elles ont fait peu de progrès dans ce sens.

FIGURE 6
BURKINA FASO CARTE DE LA FILIERE DU MATERIEL AGRICOLE



Les micro-entreprises de cette filière sont concentrées dans les canaux 6 et 7, les forgerons modernes et traditionnels. Les forgerons traditionnels travaillent dans les villages, utilisent du matériel rudimentaire et se spécialisent en outils à main (daba). Les forgerons modernes ont tendance à se concentrer dans les centres plus peuplés (accès à l'électricité et aux matières premières), utilisent du matériel plus sophistiqué et vendent des outils à main et des pièces pour matériel à traction animale. Les forgerons modernes équipés de matériel de soudage peuvent fabriquer des charrues complètes.

Dynamique

Du point de vue historique, les interventions des donateurs ont été la plus grande force dynamique du marché, en particulier en ce qui concerne la création des deux entreprises étatisées. Ces unités, avec l'assistance du GDBF et des donateurs, fabriquent sur une grande échelle, maintiennent des relations étroites avec les pourvoyeurs de crédit pour les achats des clients, et limitent sérieusement les perspectives de pénétration du marché par les forgerons. Les donateurs, les projets de développement et les ONG jouent aussi un rôle dans la création de marchés pour ce type de matériel; ils s'approvisionnent généralement auprès des entreprises étatisées.

Un deuxième facteur important dans la strate du matériel à traction animale est la disponibilité du crédit. Il est probable qu'ici 80 pour cent de toutes les ventes soient faites avec une forme quelconque de crédit ou le financement d'un tiers. La plupart des programmes de crédit ne financent que les achats de matériel auprès de ces deux entreprises et pas auprès des forgerons. Concernant les sources de matériel, des changements de la politique par les agences de crédit pourraient ouvrir ce marché aux micro-entreprises.

Majeures contraintes et opportunités

Le marché des charrues à traction animale a atteint un plafond et il semble peu probable qu'il augmente dans les années à venir. Néanmoins, le potentiel d'orienter une plus grande partie de ce marché vers les forgerons modernes, l'éloignant des entreprises étatisées, est une opportunité intéressante pour élargir les activités des micro-entreprises.

L'emprise des deux entreprises étatisées sur le marché du matériel à traction animale a marginalisé les forgerons modernes. Le statut privilégié de ces deux unités, et leur accès aux importations hors taxe, ont réprimé leur créativité, et les ont amené à poursuivre la production des mêmes produits année après année. Ces entreprises ont des moyens humains et techniques impressionnants; elles pourraient se lancer dans de nouveaux marchés de produits plus chers.

Les forgerons, modernes et traditionnels, se plaignent des difficultés qu'ils rencontrent à se procurer des matières premières, des outils et du matériel. Un accès plus facile à des matières premières moins chères pourrait faciliter la fabrication du matériel à traction animale et des outils à main par le secteur de la micro-entreprise. Les forgerons modernes seraient en mesure d'accaparer un pourcentage plus élevé du marché de la traction animale, d'abord les charrues, ensuite les charrettes. Une production accrue leur permettrait aussi d'employer des forgerons traditionnels, ou de leur sous-traiter certaines activités.

Interventions à effet de levier

Dans la filière du matériel agricole, les interventions à effet de levier devraient mettre l'accent sur trois domaines principaux : le crédit, le "teneur de marché" et la politique du gouvernement. Tout effort entrepris dans cette filière nécessitera la participation active de tous les donateurs et des agences du GDBF concernées. Les intervenants sont très nombreux, et le manque de coordination et d'orientation est manifeste.

- Crédit : c'est la force dynamique du marché. La vente de jusqu'à 80 pour cent de tout le matériel à traction animale est assortie d'une forme quelconque de crédit ou d'assistance financière. La CNCA est l'organisation principale qui octroie du crédit. La CNCA ne donne pas de crédit lorsque les achats sont faits auprès des forgerons, alors qu'elle en octroie lorsqu'ils sont faits auprès des entreprises étatisées. Un accord de financement de la CNCA et d'autres agences pour les achats faits auprès d'artisans ouvrirait un vaste marché, qui est actuellement inaccessible à ces micro-entreprises.

- "Teneur de marché" : Le GDBF peut, et devrait, s'efforcer de se servir davantage de ses propres achats et des projets financés par les donateurs comme "teneur de marché". Même une petite partie du **Projet 30 000 Charrues** pourrait donner une relance énorme aux forgerons modernes. Similairement, le **Projet 1 000 Moulins** présente une opportunité unique (et peut-être la seule) de pousser les entreprises industrielles dans un marché de matériel plus sophistiqué.

- Politique du gouvernement : Les forgerons doivent avoir davantage accès aux matières premières et à du matériel moderne. Le GDBF, en collaboration avec les commerçants, le CNPAR, le CNEA et les donateurs, peut leur en faciliter l'accès. Tout système permettant d'abandonner, ou peut-être de réduire, les droits de douane sur le matériel destiné à la fabrication de matériel agricole permettrait de faire baisser les coûts des matières premières et les prix aux consommateurs, et de stimuler la demande.

Sommaire

Le Tableau 4 présente un sommaire des majeures contraintes et opportunités et des majeurs points pour interventions à effet de levier que l'on retrouve dans les six analyses de filières. Les deux chapitres suivants examinent les implications de ces résultats quant à la croissance des micro-entreprises au Burkina Faso.

TABLEAU 4

RESULTATS DES ANALYSES DE FILIERES (SOMMAIRE)

Filière	Contraintes	Opportunités	Levier
Peaux et cuirs	mauvaise qualité des peaux mauvaises techniques de commercialisation mauvais contrôle de qualité des produits	marchés ext. en croissance (pour produits de meilleure qualité)	commerçants villes de tannage entreprises chefs de file
Textile	coût élevé, fil inadapté saturation du marché fil local grossier teinture médiocre favoritisme du gouv. pour Faso Fani	marché pour pagne teint	teinturiers technologie asiatique de tissage ONG arrêtent nouveaux groupes de tissage libéralisation importations de fil
Confection	coût élevé, vêtements locaux de mauvaise qualité fourniture intrants irrég. pas de tradition industrielle	augmentation de la demande	groupements de tailleurs urbains distributeurs de friperie réforme fiscale pour promouvoir formation
Construction	Politiques du régime foncier matières importées chères réglementation fortuite de la concurrence	forte demande de logements matériaux disponibles	politique régime foncier DGAU villes interméd. centres approvis. matières prem.
Cosmétiques	contrôle gouv. commercialisation du karité mauvaise technologie de transformation concurrence avec cosmétiques importés règlements fiscaux	demande export. graines et beurre de karité nombre croissant de salons vaste marché si l'Etat se retire	grosse entreprise clé - Phycos vendeur gouv. - CSPPA exportateurs de karité coiffeuses plus importantes
Matériel agricole	marché traction animale saturé marginalisation par grosses entrep. étatisées intrants matières premières		source de crédit gouv. - CNCA projets 30 000 charrues/ 1,000 moulins réforme droits de douane

CHAPITRE III

CONTRAINTES MAJEURES

L'examen ci-après des majeures contraintes et opportunités dans les filières traitera des différentes interventions qui sont les plus appropriées pour éliminer ces contraintes.

MARCHES FAUSSES PAR L'INTERVENTION DE L'ETAT

La demande de marché est la force dynamique de la plupart des activités de production. Dans l'absence de demande, la production est en fin de compte limitée par l'incapacité de vendre les produits finis. Une manipulation ad hoc et ambivalente du gouvernement peut faire tomber les entrepreneurs dans le piège des investissements hasardeux en troublant les indicateurs du marché qu'ils suivent. Au Burkina Faso, cela s'est produit dans bien des cas où le gouvernement a exercé une forte poussée pour faire augmenter artificiellement la demande, stimulant ainsi la production, seulement pour constater que les activités productives s'arrêtent lorsque la poussée artificielle cesse. Quelques bons exemples sont donnés ci-après:

- **Tenue traditionnelle.** Lorsqu'en 1985 fut rendu obligatoire le port du *faso dan fani* (tenue traditionnelle), une industrie complète de petits producteurs se développa autour du tissage du pagne traditionnel. Ce tissu était cher et pas le choix préféré du client, ainsi, lorsque l'obligation fut supprimée, les stocks de pagne traditionnel montèrent en flèche, consommant les fonds de roulement et faisant fermer la plupart des petites entreprises.

- **Construction.** Le boom de l'immobilier, particulièrement encouragé par une augmentation des dépenses publiques pour l'habitat et par l'obligation d'ajouter un étage aux édifices se trouvant dans la zone commerciale de Ouagadougou, est sur le point de prendre fin. Cela entraînera une réduction notable des créneaux de marché disponibles et mènera à une contraction dans cette industrie.

Le développement d'entreprises solides dépend d'une évaluation réaliste du marché à long terme plutôt que de celles d'activités artificiellement créées et non durables. De telles aberrations artificielles tendent à consommer autant de ressources que la valeur des produits que les entreprises fabriquent, ne menant à aucun avantage économique net.

ACCES LIMITE AU CAPITAL

Les contraintes de capital doivent être examinées au niveau du consommateur et à celui de l'entreprise. Le crédit à la consommation est important pour accroître la taille du marché, en particulier pour faciliter les gros achats de produits les plus souvent fabriqués par les entreprises, comme le matériel agricole et la construction de maisons. Dans un même temps, le crédit aux entreprises, soit pour les biens d'équipement, soit pour le fonds de roulement, est l'autre moyen qui permet aux entreprises de satisfaire cette demande de marché. A l'heure actuelle, le secteur bancaire formel (qui constitue la

majeure partie du secteur financier au Burkina) n'est pas disposé à octroyer du crédit aux petits consommateurs ou aux petites entreprises, vu le coût et le risque que cela comporte.

Crédit aux entreprises

Au Burkina Faso, le système financier formel démontre peu d'intérêt envers les MPE. Bien que le système dans son ensemble ait quelques disponibilités[1], le coût des prêts aux petites entreprises (dont le risque de créances douteuses, l'évaluation des prêts, les frais de suivi et autres frais administratifs) dépasse de loin la limite légale de 16 pour cent que les banques sont autorisées à faire payer aux entreprises.[2] Dans le cadre du système actuel, les banques commerciales n'ont aucun avantage à même essayer de mettre en place les systèmes nécessaires pour atteindre les MPE de façon rentable. Un changement positif qui s'est produit au cours des deux dernières années, et qui semble avoir eu un petit impact sur l'octroi actuel de crédit, est l'élimination du taux d'escompte privilégié pour prêts aux petites entreprises, mandatée par la BCEAO.

Au Burkina Faso, les femmes chefs d'entreprises sont aux prises avec une double difficulté. Du fait des pratiques bancaires courantes (par opposition aux restrictions légales), il leur est plus difficile d'obtenir du crédit et, du fait des coutumes traditionnelles et des restriction sur les activités hors du domicile familial, elles ont tendance a avoir plus que les hommes besoin d'un apport de capital plus important pour démarrer leurs propres entreprises. Rebutant les activités itinérantes, elles doivent investir dans un lieu de travail fixe ou travailler hors de chez elles. Si elles veulent que leurs entreprises soient visibles, ce qui leur permet de mieux accéder aux marchés, elles doivent ouvrir leur propre atelier, et cet atelier doit être socialement acceptable.

Crédit à la consommation

Le crédit à la consommation est particulièrement sous-développé au Burkina Faso. Les prêts bancaires aux résidents urbains sont rares. Concernant les prêts hypothécaires, les banques prennent leurs décisions basées sur des facteurs comme la stabilité des revenus (qui suppose un passé d'épargne) et le niveau général de l'endettement. Elles ignorent pratiquement toute garantie disponible, comme des maisons, car le marché secondaire de la plupart des biens hypothéqués est très restreint. Cela est dû en grande partie à la législation relative au régime foncier qui affecte la propriété des terrains sur lesquels on construit. La durée du prêt demandé est aussi un critère très important, sur lequel peuvent avoir un effet l'âge de l'emprunteur et s'il est proche de la retraite.

Dans les zones rurales, la CNCA octroie du crédit aux agriculteurs pour de grosses dépenses, mais la durée des prêts représente un risque pour la banque; les conditions strictes de qualité imposent

---

[1] En 1991, le système bancaire Burkinabé disposait de 172 milliards FCFA en ressources d'épargne contre 168 milliards FCFA en prêts non remboursés, dont 7 milliards avec la BND, pour un solde positif de 4 milliards FCFA.

[2] La BCEAO autorise actuellement les banques à prêter à 11 pour cent plus 5 pour cent pour frais administratifs, soit un total de 16 pour cent. L'inflation a tourné autour de 3 pour cent ces cinq dernières années, par conséquent, ces taux sont des taux d'intérêt réels positifs, mais pas des taux suffisants pour susciter l'intérêt des banquiers à octroyer des prêts aux MPE, du fait des coûts pour mettre en place un portefeuille de prêts pour ce groupe.

à la CNCA de désigner le fabricant du matériel (CNEA ou APICOMA). On connaît très peu les autres sources de crédit rural au Burkina. Il y a bien les tontines traditionnelles, mais leur rôle est limité.[3] Le Burkinabé se procure du crédit et du capital comme on le fait généralement dans les autres pays du Sahel : un peu de crédit-fournisseur pour le fonds de roulement, mais la majeure partie provenant des propres économies ou de celles de la famille.

FAIBLESSE DE LA GESTION ET DES COMPETENCES TECHNIQUES

Toute une série de contraintes relatives aux compétences confine les MPE dans des créneaux de marché où les prix sont bas et les volumes des ventes restreints. La contrainte principale est la qualité du produit fini, néanmoins, des faiblesses se retrouvent aussi dans l'analyse de marché, dans l'établissement de relations commerciales et dans la détermination des niveaux adéquats d'intégration de l'activité.

Qualité

Une contrainte commune entravant un majeur accès aux marchés des produits haut de gamme, que l'on rencontre dans toutes les filières, est le fait que les artisans sont incapables de fabriquer des produits de qualité. Dans le domaine des articles en cuir, la qualité est souvent fortuite et le travail est mal fait; dans la fabrication des éléments de construction, le fini est généralement la partie le plus déficiente. La confection sur une grande échelle n'a pas la qualité lui permettant de soutenir la concurrence des importations.

Commercialisation: analyse et distribution

La perspective qu'ont les MPE de la nature des marchés qu'elles approvisionnent est limitée. Elle ne voient et ne comprennent que ce qui se passe autour d'elles; elles ignorent ce qui se passe ailleurs dans le pays, sans parler de ce qui se passe dans le monde. Cela les empêche de bien comprendre qui sont leurs clients, ou qui ils pourraient être, et ce qu'ils veulent, ou ce qu'ils pourraient vouloir. Cela les empêche aussi d'arriver à comprendre comment acheminer leurs produits vers des marchés plus lucratifs, en dehors de leur cadre limité. Cette perspective restreinte les oblige à essayer d'imiter les activités qui les entourent, se préoccupant bien peu de la saturation du marché, jusqu'à ce que cela soit un fait accompli. Ce problème est particulièrement aigu pour les femmes en milieu rural en raison des contraintes sociales sur leur mobilité qui réduisent ultérieurement leur accès à l'information concernant les marchés.

Gestion de la production et de la commercialisation

Les entreprises doivent gérer leur croissance. Ce point est particulièrement crucial dans l'évolution des MPE lorsqu'elles quittent un ensemble diversifié d'activités pour se spécialiser en une seule. Au Burkina Faso, nombreux sont les petits entrepreneurs qui, bien souvent, n'identifient pas la

---

[3] C'est en partie la raison pour laquelle les Caisses d'épargne et de crédit ont eu autant de succès au Burkina Faso.

juste occasion de faire cette transition parce qu'au lieu d'essayer d'obtenir le maximum de la vente d'un seul produit, ils continuent à vendre plusieurs articles, ce qui leur donne moins de bénéfice marginal par unité, mais un revenu global plus important. Dans une certaine mesure, c'est en réaction aux difficultés de se procurer des fonds de roulement et par souci de ne pas produire en excédent dans des marchés limités, mais cela peut coincer les micro-entreprises dans des canaux restreints ou en déclin, alors que de meilleures opportunités existent ailleurs. La gestion adéquate des niveaux de production et l'intégration verticale dans les entreprises productives est une question importante de gestion que l'on doit aborder pendant la formation.

COMPETENCES MAL ADAPTEES ET PROGRAMMES DE TRANSFERT DE TECHNOLOGIE

Une critique courante faite aux programmes formels de formation technique est leur manque d'accent mis sur la satisfaction des besoins du marché ou sur l'identification des créneaux de marché. Les programmes n'évoluent pas pour refléter l'évolution des réalités de leurs marchés ou celle des techniques plus avancées pour fabriquer leurs produits. A titre d'exemple, on pourrait citer :

- Le cursus du CNPAR pour les artisans a très peu changé en 10 ans bien que le marché ait considérablement évolué et qu'il demande de nouveaux produits que les artisans sont incapables de fabriquer;

- Les programmes de broderie et de tissage de la Direction de l'enseignement secondaire technique datent de l'époque coloniale. Ils forment aujourd'hui des artisans pour lesquels il n'y a pas de demande stable;

- Des groupes de technologie appropriée, comme ADAUA, l'Institut Burkinabé de l'Energie (IBE) et le Centre de technologie appliquée (CTA) n'ont pas intégré le développement de leurs technologies dans les canaux de production pour s'assurer que les entreprises, qui sont leurs clients ultimes, les acceptent (manque de conscience du marché).

Il est impératif d'améliorer la qualité de nombre de produits que le Burkina voudrait promouvoir, comme les objets en cuir et le prêt-à-porter; mais, pour ce faire, la formation devrait avoir une orientation pratique, et il serait peut-être préférable qu'elle soit fournie par le secteur privé. Il est impératif d'intégrer les éléments du transfert de technologie dans les canaux du secteur privé.

COUT ELEVE DES PRODUITS INTERMEDIAIRES

Les exemples les plus manifestes du coût élevé des produits intermédiaires se retrouvent dans la construction et dans l'industrie textile examinées ci-avant. Dans les deux cas, l'analyse montre que ces industries ressentent l'impact du coût des produits intermédiaires, qui les rend non compétitives (cas du fil pour le *faso dan fani*) ou simplement trop chères (matériaux de construction à base de ciment).

Rien n'a été fait à ce jour pour résoudre le problème du fil, par contre des efforts ont été faits pour les matériaux de construction. Hélas, pour ces derniers, les ONG n'ont pas collaboré avec les clients (entrepreneurs et utilisateurs de ces matériaux) et n'ont pas vraiment réussi à intégrer leurs résultats dans le processus de construction et à faire accepter les technologies.

MARGINALISATION PAR LES ENTREPRISES ETATISEES ET LES GROSSES ENTREPRISES PRIVEES INEFFICACES

Dans plusieurs des filières étudiées, les MPE sont marginalisées par les grosses entreprises étatisées, qui sont régulièrement en déficit (si tous leurs coûts réels sont considérés) :

- CNEA et APICOMA, les fabricants de matériel agricole, emploient moins de 150 personnes, mais font sauter le marché à plus de 600 entreprises plus petites qui pourraient fabriquer le même matériel au même coût final, et au lieu de faire des bénéfices, elle perdent de l'argent;

- Faso Fani, l'usine textile d'Etat, est en perte de 6 milliards FCFA, et ses coûts de production du fil sont si élevés, qu'ils sont la cause principale de la destruction de l'industrie nationale du tissage; et

- Bata, le gros fabricant de chaussures, perdait régulièrement de l'argent avant sa fermeture; avec sa disparition, de petites unités de production se sont lancées sur le marché et ont réussi (avec profit) à soutenir la concurrence des importations.

Il sera très difficile à un ensemble de petites entreprises locales dynamiques de se développer aussi longtemps qu'existera une poignée de grosses unités qui vendent moins cher qu'elles, soit parce qu'elles sont subventionnées par l'Etat, soit parce qu'elles font du dumping sur le marché intérieur pour minimiser leurs pertes résultant d'activités qui, fondamentalement, ne sont pas rentables.

ENVIRONNEMENT POLITIQUE ET REGLEMENTAIRE

Le climat pour le développement de l'entreprise privée au Burkina Faso est encore négatif. Bien qu'on ait beaucoup parlé ces derniers temps du rôle du secteur privé pour dynamiser l'économie, l'environnement de la politique et de la réglementation dans son ensemble demeure problématique.

Régime foncier

La législation actuelle concernant le régime foncier est l'une des contraintes majeures dans l'industrie de la construction. Aussi longtemps que les promoteurs ne pourront être propriétaires que de l'ouvrage et que le terrain sur lequel il est construit n'aura aucune valeur, les banques seront très sceptiques quant à prêter de l'argent à ceux qui veulent construire. Pour les femmes, les restrictions sociales sur l'accès à la terre, et celles extra-légales sur les hypothèques (pas enchâssées dans la loi mais communément appliquées par les banques) retardent ultérieurement leur intervention dans la filière.

Politique fiscale

Le climat fiscal est très défavorable au développement des petites entreprises. Même si le renforcement de la perception des impôts est l'un des domaines dans lequel le GDBF s'est engagé dans le cadre du programme d'ajustement structurel, la façon dont les impôts et les taxes sont actuellement perçus est improductive. La patente et la TCA, les deux taxes principales, sont incompréhensibles à la

majorité des petits entrepreneurs. Par ailleurs, les changements et les ajustements fiscaux sont faits arbitrairement, et les entreprises assujetties n'ont aucun recours.

Les percepteurs d'impôts pénalisent parfois les entreprises qui essaient de diversifier leurs activités. Par exemple, une coiffeuse qui commence à vendre des produits de beauté est soudainement taxée pour deux activités distinctes, ce qui réduit son intérêt de diversifier.

La réglementation stricte des taux d'intérêt décourage le développement de services financiers aux micro-entrepreneurs. Quelques ONG affrontent les règlements existants en ajoutant des frais administratifs (comme les frais de demande de prêt) qui font augmenter le taux d'intérêt réel de leurs programmes de crédit, mais les banques commerciales préfèrent ne pas se donner la peine de faire de tels ajustements, et la plupart évitent tout simplement de prêter aux micro-entreprises.

Politiques d'assistance financière du gouvernement et des donateurs

Malgré l'environnement fiscal défavorable, quelques programmes de crédit aux micro-entreprises vont vers l'autonomie (notamment PRODIA et SDID), utilisant des taux d'intérêt réels positifs et une gestion rigoureuse de leurs portefeuilles de prêts. Toutefois, certains programmes nouveaux de donateurs, comme le Fonds pour les femmes (PNUD) et le projet de crédit aux micro-entreprises proposé de la CEE, finiront par inonder les marchés financiers de crédit subventionné, exposant au risque tout ce que ces programmes bien établis ont accompli jusqu'ici. Par ailleurs, les initiatives récentes du GDBF, qui offrent aux consommateurs du matériel gratuit ou fortement subventionné, comme le "Projet 1 000 moulins", menace les moyens d'existence de nombreux bénéficiaires de ces programmes, en ouvrant leurs marchés à de nouveaux micro-entrepreneurs subventionnés. Cela nuit ultérieurement à la santé des programmes de crédit qui commencent juste à stabiliser leurs finances.

Les politiques gouvernementales assistant la production par le biais d'entreprises publiques centralisées (comme CNEA/ARCOMA, APICOMA et Faso Fani) nuisent aux micro-entrepreneurs qui sont encouragés par les programmes de formation du gouvernement à créer des unités de production décentralisées. Les restrictions gouvernementales sur les importations de matières premières essentielles et de produits intermédiaires (comme le fer, l'acier et le ciment) sont progressivement éliminées (en réponse à une forte pression des associations professionnelles), mais celles toujours en vigueur limitent la distribution des matières et des produits pour favoriser les entreprises de taille plus importante.

Politiques de commercialisation du karité

L'environnement des politiques de fixation des prix et d'exportation du karité sont typiques des agences traditionnelles de commercialisation qui ont fait faillite dans le Sahel. Le prix fixé par le gouvernement est ordinairement annoncé trop tard dans l'année pour que les intervenants puissent le prendre en compte dans leur processus de décisions. En outre, les quotas irréguliers d'exportation établis par la CSPPA (qui sont légalement liés aux besoins des entreprises locales) ne permettent pas aux chefs d'entreprises privés d'organiser leurs activités de la manière la plus rentable, et découragent tout investissement dans cette filière.

CHAPITRE IV

APPUI INSTITUTIONNEL AUX MICRO ET PETITES ENTREPRISES

Comme indiqué dans le premier Chapitre, le *Plan directeur pour la promotion de l'artisanat au Burkina Faso* identifie 14 institutions officielles différentes ayant mandat d'assister ou de réglementer les activités des MPE. Bon nombre apportent des services aux mêmes intervenants, mais avec une approche ou des objectifs différents, dépendant du mandat de leur agence. Le Tableau 2 à la page 7 présente un schéma de certaines de ces institutions et la gamme de leurs interventions.

En outre, tout un éventail de donateurs et d'ONG sont en train d'exécuter des programmes d'assistance au développement des MPE au Burkina Faso. Certains travaillent avec les agences gouvernementales homologues, soit en essayant de renforcer la capacité institutionnelle pour mettre en oeuvre les politiques, soit en créant des unités autonomes travaillant sous les auspices de l'institution concernée pour atteindre un but commun. D'autres programmes travaillent de façon indépendante, créant leurs propres structures - structures qu'ils considèrent peuvent mieux et plus efficacement fonctionner que celles mises en place par les agences gouvernementales, ou qui travaillent à des niveaux si bas qu'elles sont hors du champ d'action des agences gouvernementales.

Ce chapitre donnera un bref aperçu général des différentes agences oeuvrant dans les domaines généraux de la formation, de l'assistance financière, de l'assistance technique, du développement et du transfert de technologie, ainsi que de certaines de leurs activités principales. En plus de ces éléments traditionnels des programmes de développement de la micro-entreprise, une activité qui intéresse de plus en plus les donateurs est le développement et le rôle adéquat des groupes d'intérêt dans la poursuite d'une réforme des politiques. Par conséquent, une section spéciale de ce rapport sera consacrée à leur présence et à leur efficacité.

FORMATION

Au Burkina, les centres formels de formation et les projets, traditionnellement, étaient du domaine du Ministère des Affaires Sociales et du Ministère de l'Education; ces centres ciblaient fortement les dimensions sociales de la formation - pour les handicapés ou pour les groupes défavorisés comme les femmes. Il y a eu très peu de programmes de formation technique proprement dite, bien que le Centre national pour la promotion des artisans ruraux (CNPAR) ait mis l'accent sur la formation technique des artisans ruraux traditionnels et (aujourd'hui) des artisans urbains, comme les forgerons, les menuisiers, les soudeurs et les maçons - tous des métiers d'homme au Burkina. Après s'être concentrés pendant 15 ans sur les artisans ruraux, ces programmes mettent à présent l'accent sur l'artisan urbain.

La formation en matière de gestion des entreprises est plus récente, et seulement la Chambre de commerce (CCIA) organise des cours en dehors du système d'éducation officiel. On est encore en train de mettre au point ce type de formation; elle devrait être soigneusement structurée pour répondre aux besoins du marché; on devrait y intégrer une active composante commercialisation et la doter d'exercices pratiques ayant trait aux activités des personnes que l'on forme. Le programme devrait s'efforcer de faire participer les entreprises dirigées par des femmes, entreprises que la formation technique oublie souvent.

Le système formel d'éducation comporte des centres de formation professionnelle publics et privés. Ces centres décernent des diplômes équivalents à ceux du système officiel, généralement au niveau du Certificat d'aptitude professionnelle (CAP). Il y a cinq établissements publics, tous à Ouagadougou, cinq établissements privés certifiés dans le pays et neuf établissements privés. Notre étude n'a examiné qu'un seul de ces établissements, le Centre de formation féminine artisanale (CFFA) à Ouagadougou.

Il est impératif d'améliorer la qualité d'un grand nombre de produits que le Burkina voudrait promouvoir, comme les objets en cuir et le prêt-à-porter, mais pour cela, la formation devrait avoir une orientation pratique. Le secteur privé pourrait s'avérer être le meilleur moyen de promouvoir cette formation pratique.

ASPECT FINANCIER

Comme nous l'avons vu dans le troisième Chapitre, le secteur bancaire formel a peu d'intérêt à prêter aux petites et aux micro-entreprises. La façon dont le système est présentement établi, ce type de prêt n'est pas rentable pour les banques.

Les besoins financiers doivent être divisés entre crédit à la consommation (consommation) et crédit aux entreprises (investissement). Les deux sont des éléments critiques. Le crédit aux consommateurs est important pour accroître la taille du marché, particulièrement pour les gros achats des produits qui sont le plus souvent fabriqués par les entreprises, comme le matériel agricole et la construction. Le crédit aux entreprises, pour biens d'équipement ou pour fonds de roulement, est l'autre moyen leur permettant d'être en mesure de produire les biens destinés au marché (en supposant que la demande existe).

Crédit institutionnalisé

La seule institution de prêt qui octroie du crédit aux MPE est la CNCA, et elle le fait essentiellement sous la poussée des donateurs qui y domicilient leurs lignes de crédit. Le crédit de la CNCA aux agriculteurs voulant se procurer du matériel à traction animale pourrait être une majeure force dynamique de l'augmentation de la demande des produits fabriqués par les MPE, mais la CNCA préfère traiter avec CNEA et APICOMA, les deux unités nationales, dont seule APICOMA utilise quelques intrants de petits producteurs locaux.

Le ministère des Finances travaille avec le PNUD pour mettre en place un programme spécial de crédit destiné aux femmes, qu'ils espèrent deviendra une banque pour les femmes. Ce programme est réalisé avec le BIT. De plus, la Caisse centrale de coopération économique (CCCE) cherche à établir avec les banques privées un programme de garantie des prêts. La Banque mondiale envisage de participer au Fonds de l'habitat, qui est expressément conçu pour octroyer des prêts à ceux qui veulent construire.

Un projet imminent, qui pourrait bien éclipser tous les autres programmes d'assistance et de crédit aux entreprises, est le projet du Fonds européen de développement (FED), projet découlant de son expérience à Ségou, au Mali. Bien que le projet du Mali soit essentiellement un programme de crédit aux entreprises, il doit encore prouver qu'il est capable de fonctionner en tant qu'activité de crédit viable, vu les taux de remboursement marginaux (65 pour cent) qu'il enregistre au Mali. Un des points principaux qui reste à voir est si un programme de type crédit standard peut aussi jouer un rôle de développement dynamique de l'entreprise sans compromettre ses propres activités de prêt.

Caisses d'épargne et de crédit

Au niveau informel, l'activité est beaucoup plus intense, en particulier grâce aux Caisses d'épargne et de crédit (CEC) qui ont été établies ces derniers 15 ans. Elles ne couvrent pas encore tout le pays, mais maintenant que leurs systèmes sont en place, elles sont en train de devenir des intervenants beaucoup plus actifs, octroyant surtout des prêts à la consommation, mais de plus en plus du crédit pour des petites activités économiques. Il existe deux intervenants extérieurs principaux dans les CEC : la Société de développement international Desjardins (SDID, une ONG canadienne) avec 25 000 membres et une épargne de 700 millions FCFA, et la CEC Burkina, un programme financé par les Hollandais, avec 60 caisses et une épargne de près de 300 millions FCFA.

La SDID, en particulier, a réussi à établir une coopérative de crédit solide et rentable. Plus de la moitié de ses 25 caisses sont rentables, représentant plus de la moitié de leurs membres. La coopérative a un portefeuille de prêts de 300 millions FCFA, mais avec un plafond de crédit de 300 000 FCFA par prêt. La SDID envisage de profiter du succès de ses caisses pour étendre ses activités au crédit aux entreprises, ce qui demandera que les entreprises deviennent membres avant d'obtenir des prêts. Cela risque de déstabiliser les caisses, mais ce programme sera appuyé par une programme de garantie des prêts financé par l'Agence canadienne pour le développement international (ACDI).

Petits programmes de crédit des ONG

Le Burkina a plus que sa part de petits projets d'ONG octroyant du crédit à les bénéficiaires ciblés. Presque toutes les 40 ONG internationales membres du Secrétariat permanent des Organisations non gouvernementales (SPONG) octroient une forme quelconque de crédit à leurs membres, comme le font bon nombre des 20 ONG Burkinabées. Ces programmes ont comporté deux projets notables, dont le petit programme de crédit d'Action Sahel à Ouahigouya, qui fait des prêts de 10 000 à 50 000 FCFA aux femmes pour des petites activités génératrices de revenus (financé par la CCCE, par le biais d'une ligne de crédit à la CNCA).

Une expérience d'ONG particulièrement intéressante dans le domaine du crédit aux petites entreprises est PRODIA, vieille de 12 ans, qui fait des prêts d'une moyenne de 200 000 FCFA (de préférence aux entreprises féminines). Son fonds s'élève à 100 millions FCFA; il prête à 11 pour cent, plus un droit d'enregistrement. Les femmes, qui représentaient 40 pour cent des demandeurs en 1990-91, détiennent 47 pour cent de son encours des prêts. En 1990, le fonds avait atteint des taux de remboursement d'environ 90 pour cent, mais faisait encore des pertes, surtout à cause de ses frais administratifs élevés. Bien que ses services soient très demandés, en raison d'un manque de fonds, le programme a dû réduire ses opérations pour pouvoir financer les activités en cours de ses emprunteurs qui remboursent.

La CCCE maintient un fonds de crédit, Assistance aux initiatives productives de base (AIPB), qui peut octroyer des prêts aux petites entreprises allant jusqu'à 15 millions FCFA. Bien qu'il ne soit officiellement pas un programme d'ONG, il est administré par des VSN (Volontaires français) et assume la plupart des caractéristiques d'un programme de crédit informel d'ONG.

ASSISTANCE TECHNIQUE AUX ENTREPRISES

L'assistance technique aux entreprises comprend des services comme la préparation des plans d'exploitation, l'enregistrement des entreprises, la comptabilité interne et l'assistance à la technologie et à la production. Ces services sont souvent chers car leur prestation se fait au niveau de l'entreprise, et elle doit l'être sur une base individuelle. Bien souvent, une telle assistance se justifie lorsque l'entreprise bénéficie aussi d'un prêt, et que les services sont conçus pour augmenter le taux de réussite du prêt. C'est également une activité délicate parce que des firmes privées vendent ces mêmes services à des entreprises de taille plus importante.

Bien que la CCIA ait eu le programme d'assistance technique le plus visible, travaillant avec deux VSN (un à Ouagadougou et l'autre à Bobo-Dioulassou), c'est pratiquement une activité ad hoc. Il n'y a pas eu de programme formellement institué pour une assistance technique systématique et complète. Néanmoins, on est en train d'envisager de nombreuses activités à cette fin. La Direction de l'artisanat a créé une unité spéciale à Bobo-Dioulassou qui travaille avec les artisans. Cette unité n'a pas d'objectifs particuliers, si ce n'est de prêter assistance à tout artisan qui le demande. L'objet principal est de connaître les problèmes que rencontrent les artisans afin de pouvoir leur apporter une assistance mieux structurée à l'avenir.

La SDID doit lancer en juin 1991 une unité d'assistance aux petites entreprises financée par l'ACDI. Elle fournira des services techniques à la poignée de petites entreprises non bancables existantes à Ouagadougou, avec l'espoir de les orienter vers le secteur bancaire institutionnalisé (graduellement). La SDID espère compter sur son propre programme de Caisse d'épargne et de crédit comme source de financement possible de ces entreprises non bancables, et se servir également du fonds de garantie des prêts de l'ACDI pour intéresser les banques. Le projet envisage de développer la capacité des cabinets de consultants locaux pour qu'ils fournissent ce type d'assistance aux entreprises.

Le programme bilatéral français, FAC, est aussi en train d'étudier un projet d'assistance technique aux petites entreprises de Bobo-Dioulassou. Il est conçu pour ressembler au projet de la SDID, mais se rattachera à l'assistance financière disponible dans le cadre du programme AIPB de la CCCE. Des plans préliminaires envisagent l'assistance d'hommes d'affaires français à la retraite apportée par l'entremise d'ONG françaises. Le FAC a déjà approuvé le financement de ce projet.

DEVELOPPEMENT ET TRANSFERT DE TECHNOLOGIE

Le développement de technologie intéresse surtout les ONG appuyées par certaines agences du GDBF. Les promoteurs principaux de nouvelles technologies appropriées ont été l'Institut Burkinabé de l'Energie, le Centre de technologie appliquée (CTA) au sein du CNPAR et l'Association pour le développement naturel d'une architecture et d'un urbanisme africain (ADAUA) - une ONG sahélienne qui a travaillé dans le domaine des matériaux de construction. Toutefois, l'ADAUA a géré le processus de transfert de technologie avec une approche condescendante qui a invalidé ses effets; elle est sur le point d'arrêter son activité.

L'Institut Burkinabé de l'Energie a adopté une approche extrêmement scientifique à la mise au point de technologies nouvelles, basé principalement sur des références techniques plutôt que sur le facteur social qui est si crucial pour l'acceptation de la technologie.

Conceptuellement, le Centre de technologie appliquée travaillant avec APICOMA est conçu pour collaborer directement avec les entrepreneurs en vue de concevoir des technologies qui sont à la fois faciles à utiliser et demandées par le marché. Le CTA s'est de plus en plus distancé d'APICOMA, et son travail n'a pas été aussi efficace qu'on l'espérait.

Un projet financé par les Hollandais a expérimenté les presses à huile et les fabrique à l'heure actuelle; cependant, bien que les presses soient performantes, il n'existe actuellement aucun plan de commercialisation. Du fait de leur coût élevé (300 000 FCFA), leur achat exige un accès préalable au crédit.

De nombreux petits ateliers privés sont engagés dans la recherche technologique pour leur propre gouverne, mais ils sont en dehors des canaux formels de recherche, et les ateliers ne sont naturellement intéressés dans la mise au point de technologies que lorsqu'ils voient une rentabilité financière possible.

La préoccupation primordiale concernant le processus de développement et de transfert de technologie au Burkina Faso est l'isolement dans lequel il se produit. L'IBE et l'ADAUA n'ont fait aucun effort pour s'intégrer dans les canaux de production en collaborant directement avec les entrepreneurs, afin de voir si ce sont bien les technologies qu'ils peuvent utiliser. Bien que le CTA ait été créé à cette fin, il n'a pas atteint son but. L'élément social est extrêmement important en matière d'acceptation de nouvelles technologies; il est en fin de compte le facteur qui détermine si elles sont appropriées ou si elles ne le sont pas. Cet élément n'a pas été adéquatement abordé.

GROUPES D'INTERET ET COORDINATION : SYNDICATS, ONG ET AGENCES GOUVERNEMENTALES

Plusieurs programmes et agences essaient actuellement de faire une certaine coordination active du processus autour du développement des MPE. La Direction de l'artisanat (DA) est celle qui a pris la position la plus directe pour organiser les différents ministères concernés; cette agence a été nommée à la tête de la CIPPA, la commission pour la promotion de l'artisanat. Cette structure offre un potentiel énorme si la DA était capable de gérer le processus, mais elle est encore très jeune et elle vient juste de s'établir. Elle n'a pas encore démontré d'être en mesure de réorganiser activement, de l'intérieur du gouvernement, les politiques négatives existantes sans un fort input des groupes d'intérêt privés qui poussent la promotion de politiques plus réalistes et plus cohérentes. La DA envisage de commencer à lancer ses propres programmes à l'appui du développement de l'artisanat, ce qui risque de diluer son rôle principal de coordination et de trop amenuiser sa capacité.

Le ministère du Plan, avec l'assistance du PNUD, devrait coordonner au sein du gouvernement tout le processus de développement de nouveaux programmes. Néanmoins, il se sent parfois mené par les interventions proposées par les donateurs, en particulier dans le domaine du développement des entreprises, qui, jusqu'à ces derniers temps, a été un élément relativement important du portefeuille du GDBF. Par ailleurs, les projets des donateurs sont souvent en dehors du cycle normal de la planification, ce qui fait que le ministère du Plan peut difficilement les insérer dans le processus officiel.

Les ministères individuels font pression pour des petites réformes dans leurs domaines d'intérêt respectifs, comme le Secrétariat d'Etat pour l'Architecture et l'Urbanisme sur le front de la construction, l'ONPE pour l'amélioration des conditions relatives à la création d'emploi, et les Affaires Sociales pour la formation des femmes. Leurs interventions dispersées, qui ne représentent qu'une petite part de leurs rôles officiels, doivent être suivies et assistées.

De pair avec la coordination du gouvernement et des donateurs, une expression plus énergique des positions du secteur privé sur les questions concernant les petites entreprises est nécessaire pour faire pression sur le gouvernement. Il existe deux agences semi-publiques dont le rôle est d'être un forum et un intermédiaire entre le secteur privé et le gouvernement, la CCIA et le Comité Révolutionnaire Economique et Social (CRES).

Comme son nom l'implique, la Chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat est officiellement le représentant de tout le secteur privé. Elle jouit de plusieurs droits en matière de création de revenus accordés par l'Etat, ce qui lui permet d'être autonome, mais ses membres ne font aucune contribution financière pour couvrir ses frais de gestion. Le Secrétaire général est aussi nommé par le Ministre du Commerce, il a ainsi un potentiel limité de promotion des réformes qui vont à l'encontre des intérêts politiques du ministère. La Chambre est bien organisée, mais elle représente actuellement les secteurs industriels et commerciaux plus importants, ne représentant pratiquement pas les plus petits groupes. Elle est aussi principalement concernée par les activités dans les zones urbaines, qui n'englobent qu'un petit pourcentage de la population totale du pays. La CCIA est l'intermédiaire principal du secteur privé structuré.

Le CRES offre une excellente opportunité au secteur privé pour dialoguer ouvertement avec les agences gouvernementales. Du fait que le Président du CRES rend compte directement au Chef de l'Etat, il peut donner un accès direct aux décideurs, accès qui fait actuellement défaut dans le secteur privé. Cependant, cela dépend largement du rôle que le président du CRES entend jouer, vu qu'il peut également aller dans le sens contraire : communiquer l'information des décideurs au secteur privé. Le CRES joue actuellement un rôle essentiellement consultatif.

Dans une moindre mesure, des groupes, comme l'Union des femmes Burkinabées, peuvent jouer un rôle important, faisant pression pour des initiatives à l'appui des questions concernant les femmes, avec un accès direct aux décideurs.

Les syndicats, qui sont indépendants de la Chambre de commerce, peuvent et doivent jouer un rôle important, identifiant les questions concernant directement leurs membres et promouvant la réforme. C'est ce qu'a fait METACO, l'association des importateurs et des grossistes de matériaux de construction, en négociant avec le gouvernement un allégement des restrictions sur les importations de ciment qui profitaient à l'entreprise étatisée. L'Association des femmes chefs d'entreprises nouvellement créée, potentiellement, peut aussi jouer ce rôle important pour les femmes entrepreneurs.

Ceux qui ont le plus d'intérêt de négocier avec les pouvoirs publics ont le moins la facilité et l'organisation leur permettant de le faire. Les ONG ont le SPONG, qui est censé coordonner leurs activités et les représenter, en relation avec le Bureau de suivi des ONG (BSONG), mais son influence est actuellement très faible.

Par le biais de leurs projets, les ONG individuelles ont pu identifier des contraintes particulières exercées par les politiques qui peuvent être abordées (comme le SDID pour les questions concernant la politique financière). Mais ces ressources sont rarement exploitées, et les ONG elles-mêmes sont rarement en mesure de dialoguer directement avec le gouvernement.

CONCLUSION

Bien qu'il existe actuellement peu de programmes de développement des entreprises concernant le crédit, la formation ou l'assistance technique, beaucoup sont en train d'être planifiés ou commencent à être lancés; une bonne coordination de ces programmes est impérative. Le Burkina Faso doit faire en sorte d'éviter la situation qu'ont connu d'autres pays du fait d'activités parrainées par des ministères différents qui se font concurrence. Les projets peuvent quelquefois offrir des services compétitifs dans toute une gamme de prix, et des prêts à des taux d'intérêt différents (au Mali, ils vont de 8 à 16 pour cent), certains subventionnés, d'autres non subventionnés. Bien que, presque toujours, les projets subventionnés attirent davantage les entrepreneurs à la recherche d'assistance, ils sont généralement moins durables ou leur gestion à long terme est plus difficilement transférable aux entreprises et aux banques privées.

Les intérêts immédiats des principaux intervenants, des ministères et des donateurs sont de promouvoir leurs propres activités individuelles plutôt que de faire de la coordination en vue d'une rentabilité à long terme. Les agences chargées de la coordination doivent accomplir leur tâche pour cibler l'assistance des donateurs dans les canaux les plus productifs. Par ailleurs, les donateurs doivent coordonner plus efficacement leurs efforts afin de comprendre l'impact de leurs activités distinctes. Lorsqu'on s'occupe des entreprises du secteur privé, on traite avec un marché actif qui peut facilement être faussé par la fixation des prix des services. En outre, les agences gouvernementales doivent veiller à ce que les services du secteur privé soient fournis par des entreprises privées qui comprennent le marché et qui répondent aux pressions que celui-ci exerce.

CHAPITRE V

OPTIONS DE STRATEGIE POUR MICRO-ENTREPRISES

POTENTIEL D'INTERVENTION

En réalité, on ne dispose que d'un choix limité d'interventions possibles pour établir des programmes répondant aux besoins des MPE, à savoir :

- Donner un majeur **accès au capital**, par une augmentation de l'offre, une simplification de la paperasserie, des analyses des prêts bancaires et des systèmes d'évaluation, ou par des établissements d'épargne accessibles;

- Aider à **développer les marchés** où existe une demande effective, plutôt que de déterminer où devrait se trouver la demande et de fausser les indicateurs de marché;

- **Former** les entrepreneurs et leurs employés dans les domaines techniques et de la gestion afin de remédier aux déficiences dans ces domaines;

- **Faciliter l'innovation technologique** afin d'offrir une technologie améliorée et mieux adaptée à l'échelle des MPE;

- Stimuler **la réforme des politiques et des réglementations** pour éliminer les contraintes artificielles qui répriment le développement des MPE et du secteur privé; et

- Mettre en place des systèmes et des organisations qui **faciliteront la coordination**, pour renforcer les relations entre les différents niveaux fonctionnels dans les filières connexes.

Une série de possibilités d'intervention découle des contraintes et des analyses institutionnelles examinées dans les Chapitres II, III et IV.

Majeur accès au capital

1. Opportunité pour une intervention du crédit : reproduire et compléter plutôt que rivaliser.

Il y a une majeure possibilité d'intervention au niveau de la petite échelle, qui n'attire actuellement pas les banques, où sont actives PRODIA et SDID (voir Chapitre IV). Elles sont toutes les deux très prudentes en ce qui concerne leurs portefeuilles de prêts, vu qu'elles ciblent des entreprises viables. En tant que telle, PRODIA n'a pas encore mis sur pied des systèmes qui peuvent de façon rentable aller jusqu'à l'octroi de petits prêts (inférieurs à 100 000 FCFA). Les programmes les plus récents, comme ceux d'Action Sahel, essaient de travailler à ce niveau. La SDID a été prudente à juste titre de ne pas octroyer de prêts à des personnes qui ne sont pas membres de ses coopératives de crédit,

même si elles ont de grosses disponibilités. Ces deux organisations réussissent bien à atteindre les femmes entrepreneurs, la preuve en est que PRODIA a décidé d'autoriser les prêts aux petites commerçantes, et que la majorité des emprunteurs de la SDID sont des femmes. De meilleures relations, et plus formalisées, entre ces activités informelles et le système bancaire formel peut mener à un plus vaste marché pour les banques, ce qui pourrait en fin de compte susciter leur intérêt à l'égard de telles activités.

Etant donné le succès relatif des programmes de crédit existants qui sont promus par PRODIA et du modèle de la SDID "mobilisation-de-l'épargne-mène-au-crédit", il serait très avantageux pour les groupes d'entreprendre des prêts aux entreprises aux niveaux les plus bas, suivant l'exemple de ces deux organisations, et d'essayer de reproduire leur méthodologie, avec certaines améliorations en cours de route. Toute intervention dans le domaine du crédit aux entreprises doit être bien étudiée pour identifier les structures existantes répondant aux besoins et pour éviter de déranger ou de détruire les programmes en place. Il y a déjà des cas où des programmes nouvellement établis, comme le programme de crédit de l'Action Sahel financé par la CCCE et le nouveau projet de banque pour les femmes du ministère des Finances, sont intervenus dans des régions où SDID et PRODIA oeuvrent déjà avec succès, courant le risque de leur faire concurrence plutôt que de les compléter. Cette concurrence n'est pas nécessairement saine, en particulier lorsqu'elle se produit en dessous du coût réel du crédit.

Les petits programmes de crédit sont une opportunité sans pareille pour apprendre, pour déterminer l'applicabilité du système financier du secteur structuré, et pour identifier les divergences concrètes des politiques qui empêchent une intégration productive des programmes de crédit informels dans le secteur financier formel.

2. Augmenter le nombre d'entreprises privées qui peuvent bénéficier des achats de la CNCA.

Du fait que la CNCA, par l'entremise de ses conventions de crédit, détermine qui peut se lancer sur le marché du matériel agricole, la production privée n'augmentera que si la CNCA autorise davantage d'entreprises privées à produire pour leurs groupements villageois.

3. Mettre en place un plus grand nombre d'options en matière de crédit à la consommation qui encouragent l'adoption et l'introduction de technologies d'architecture et de construction nouvelles et plus rentables dans le domaine de la construction des maisons d'habitation.

Vu que le coût standard des maisons neuves va de 3 à 8 millions FCFA, elles sont hors de la portée du consommateur moyen. Et pourtant, la Banque mondiale estime qu'une bonne maison pourrait être vendue le dixième de ce prix, si on utilisait les technologies et les matériaux de construction appropriés. Si cela est vraiment le cas, les goûts des consommateurs pourraient être changés de façon durable par un programme de crédit leur permettant d'acheter une maison neuve bâtie avec la nouvelle technologie.

Développement des marchés

1. **Le GDBF peut jouer un rôle important de teneur de marché durable pour les MPE, aussi longtemps qu'il conçoit et exécute ses politiques avec circonspection pour refléter les rendements économiques et l'avantage comparatif.**

Imposer des uniformes scolaires aurait pu être très intéressant pour les petits tailleurs, mais la façon dont cela a été mené avec la Société Soulga ne pouvait qu'être voué à l'échec. Développer d'abord la demande parmi les élèves, comme cela se produit actuellement à Ouagadougou, et donnant ensuite la possibilité aux clients de les acheter à des prix abordables, est une approche beaucoup plus prometteuse que les décrets du gouvernement.

La commande de pièces que APICOMA passe aux forgerons formés par le gouvernement les aide à se lancer, mais la production et la distribution de matériel fini d'APICOMA et du CNEA retardent le lancement des forgerons sur des marchés plus importants. Les ateliers du gouvernement devraient passer la fabrication des charrues et des charrettes aux forgerons modernes et utiliser leurs installations centralisées pour fabriquer du matériel plus complexe (comme les meules) qui nécessite l'équipement dont ils disposent. La CNCA devrait commander directement aux forgerons ses 30 000 charrues, et ne pas passer par les entreprises et les intermédiaires de l'Etat.

2. **Le secteur privé peut servir de pont pour faire passer les MPE dans des canaux plus productifs.**

Accaparer de nouveaux marchés exige la connaissance des besoins et des préférences des consommateurs, et une maîtrise des systèmes de conditionnement et de distribution, que les agences gouvernementales ne possèdent pas. Les commerçants privés savent ce qui se vend localement et ce qui peut être exporté. Leurs connaissances pourraient aider les MPE à connaître quels produits sont demandés et quelles normes sont exigées, stimulant la diversification dans de nouveaux produits. Les négociants en peaux et en produits de l'artisanat pourraient aider les artisans du cuir à passer des simples sacs et des objets pour touristes à des produits grand public. A l'heure actuelle, seul un lien des plus ténus existe entre la transformation du karité, la production et la vente des cosmétiques, et le nombre croissant de salons de coiffure. Le gouvernement pourrait être en mesure d'améliorer l'environnement de ce lien, en éliminant les mesures décourageant la vente des cosmétiques dans les salons et en créant un environnement politique favorable (pas subventionné) pour les entreprises transformant le karité. L'initiative des entrepreneurs privés (probablement des négociants en karité ou de l'industrie naissante des cosmétiques) s'avère nécessaire pour forger des liens plus solides entre les différents intervenants ruraux et urbains dans cette filière.

3. **L'innovation technologique pour réduire les coûts de production est souvent impérative pour stimuler la demande.**

La construction et la confection pourraient continuer d'être deux marchés importants pour les petites entreprises à condition que l'on fasse baisser les coûts de production tout en maintenant un niveau suffisant de qualité. Dans les deux cas, cela ne se produira qu'avec certaines innovations technologiques de grande portée dans les procédés de fabrication, et demandera que des efforts soient ensuite faits pour faire passer graduellement la production aux canaux les plus accessibles (et les plus rentables).

Formation et transfert de technologie

1. Développer des activités de formation basées sur les marchés et les ciblant.

Les programmes de formation que la CCIA va élaborer peuvent être réalisés suivant la méthode classique de la salle de classe, ou ils peuvent être innovateurs et dynamiques. Ces derniers sont difficiles à réaliser, mais ils ont beaucoup plus d'effet sur les intervenants et peuvent en fait encourager l'établissement de relations extérieures au cours du programme. La formation proprement dite peut être une source importante d'information sur les types de problèmes auxquels les entrepreneurs sont réellement confrontés, et peut forcer les intervenants à trouver des solutions possibles pour les résoudre.

La position de la CCIA est idéale pour promouvoir une majeure participation de ses membres à la coordination de ce programme de formation; elle peut maximiser l'opportunité pour encourager les relations commerciales et développer de nouveaux moyens de collecte et de dissémination de l'information sur les marchés. Elle peut travailler par l'entremise d'associations plus spécialisées, comme l'Association des femmes chefs d'entreprises, qui sont en mesure d'atteindre des audiences choisies et de retourner l'information à la CCIA.

2. Décompartimenter les programmes de formation afin de franchir plus de frontières et de s'intégrer dans l'environnement des marchés des entreprises.

Beaucoup trop de programmes de formation et de programmes de développement de technologie sont séparés de la réalité des canaux de production et du déterminant ultime de la réussite de l'entreprise : l'acceptation par le marché. Les programmes de formation et ceux de développement de technologie doivent être élaborés dans le contexte de leur but ultime et insérés dans les canaux verticaux de production. Ils doivent aussi rester souples, modifiant leurs cursus et leurs techniques lorsque les organisateurs de la formation déterminent qu'ils ne sont pas efficaces sur le marché. Le CNPAR devrait tenir compte des opportunités qui se créent pour les forgerons modernes dans le domaine des outils en métal, comme la fabrication des pelles, des pioches et des râteaux, et il devrait revoir ses programmes de formation pour encourager les artisans à aller vers ces types de produits, qui ont des marchés à la fois dans le secteur agricole et en dehors de ce secteur.

D'autres programmes, comme la formation dans la construction par les ONG, devraient encourager une plus grande spécialisation et une désintégration verticale. Les MPE feraient mieux de mettre l'accent sur la fabrication des agglomérés en ciment, des briques stabilisées et sur d'autres matériaux qu'elles vendraient aux petits et aux gros entrepreneurs, plutôt que d'essayer de se lancer simultanément comme fabricants de matériaux de construction et entrepreneurs de bâtiment ou de travaux publics. Chercher à s'associer avec des entreprises de construction bien établies devrait permettre de développer plus facilement le marché de nouveaux matériaux de construction plutôt que d'essayer de s'y lancer tout seul.

3. Encourager de meilleures relations et offrir plus d'avantages pour les innovateurs privés à participer au processus de développement et de transfert de technologie.

Aussi longtemps qu'il y aura un bénéfice potentiel dans le développement de nouveaux produits, il y aura des innovateurs qui sont prêts à consacrer leur temps et leur énergie à la recherche. Il existe de nombreuses opportunités de faire passer l'accent sur la recherche et le développement d'une nouvelle

technologie (ici encore se servant des exemples du fil et des matériaux de construction) au secteur privé, pourvu qu'il y ait un marché futur pour ces produits. Il y a déjà eu de nombreuses innovations dans la technologie locale du tissage à la suite du boom de la production du *faso dan fani*. Mais le développement technologique aurait dû faire face au problème crucial du secteur, qui est la production du fil. Plutôt que d'expérimenter toutes seules ou isolément, les agences gouvernementales et les ONG devraient travailler avec les bénéficiaires les plus probables de l'innovation technologique (les fabricants de machines). Similairement, l'innovation des matériaux de construction a été handicapée par le manque de données sur les préférences du marché et par l'influence des promoteurs publics et des entreprises de construction privées sur le développement du marché.

POLITIQUE, ET REFORME ADMINISTRATIVE ET DE LA REGLEMENTATION

1. Avoir une meilleure connaissance de l'environnement politique et de son impact sur les MPE.

Il s'agit là d'une activité complexe et continue, demandant souvent non seulement des changements des politiques, mais également des changements dans l'approche et dans la mentalité de ceux qui les mettent en application. Deux opportunités majeures existent pour les donateurs : de renforcer la capacité des groupes locaux de poursuivre le dialogue, et de fournir des ressources dans le cadre de leurs projets pour la collecte et l'analyse de données particulièrement utiles au développement des MPE (information sur les applications fiscales et les règlements, obstacles à leur lancement, relations avec les autorités, etc.). La CCIA peut aider à amplifier la voix des MPE, en s'assurant que les opinions des micro-entepreneurs sont entendues des décideurs du gouvernement.

2. Eliminer la marginalisation.

La pression des donateurs devrait viser l'assurance que les projets qu'ils financent sont approvisionnés (lorsque possible) par des petits fournisseurs locaux. Les donateurs devraient faire particulièrement attention à l'effet de marginalisation. Leurs projets pourraient souvent faire appel aux petites, moyennes et micro-entreprises pour leurs approvisionnements en matériel, plutôt que d'avoir recours aux importations ou aux fabricants publics centralisés, comme CNEA, ce qui ne fait qu'aider les entreprises étatisées à marcher tant bien que mal.

COORDINATION DES DONATEURS ET DU PAYS D'ACCUEIL

Faire le tri des domaines dans lesquels les ministères et les donateurs agissent d'une manière inconsistante et compétitive, et améliorer les communications entre agences et projets, aiderait énormément le développement des MPE. Ce dont on a besoin, c'est d'une agence faisant fonction de "courtier honnête", habilitée à résoudre les conflits, mais ne pouvant pas développer ses propres initiatives. La Direction de l'artisanat du ministère du Développement Economique pourrait être à même de jouer ce rôle, mais elle est tentée par la route des projets, et on devrait la décourager d'aller dans cette direction.

1. Cibler les efforts de coordination sur des filières spécifiques.

La prise en considération des problèmes et des opportunités au niveau de la filière donne un programme d'action plus concret et plus immédiat. Les ministères de l'Agriculture et du Travail devraient être amenés à considérer ensemble l'avenir de l'offre et de la demande du matériel agricole et à réorganiser la participation du gouvernement dans ce domaine. Un forum pourrait être organisé pour communiquer à d'autres ministères, comme la Santé, l'Education et l'Agriculture, les enseignements de l'initiative "construire avec la terre" du ministère de l'Architecture et du Développement Urbain. Ces ministères ressentent les contraintes qu'excercent les coûts élevés de la construction officielle rurale et de l'assistance des donateurs pour la majeure part de cette construction.

Le point focal de la filière devrait donner une meilleure information au gouvernement et aux donateurs sur les créneaux de marché et sur les problèmes auxquels font face les MPE. Les agences du gouvernement et les ONG continuent à lancer des projets de tissage pour les femmes malgré que cette activité ne soit pas viable et malgré l'échec de nombreuses activités similaires. L'avantage d'une évaluation plus circonspecte de la taille du marché et des opportunités de valeur ajoutée fait également défaut aux activités de transformation du karité.

2. Elaborer des directives de politique pour les programmes de crédit et leur financement.

Les marchés financiers, dans leur ensemble, devraient être libéralisés, mais permettre une explosion incontrôlée du crédit aux micro-entreprises n'est pas dans le meilleur intérêt de la croissance des MPE. Les donateurs et les agences d'exécution devraient s'accorder sur les principes généraux, comme l'octroi de crédit seulement à un taux égal ou supérieur au taux du marché. On pourrait considérer des limites aux pourcentages de capital externe/interne dans les fonds des programmes pour éviter que de nouveaux programmes financés de l'extérieur ne submergent les programmes locaux qui commencent à mobiliser du capital local grâce à l'épargne et à l'investissement.

On devrait organiser une association des programmes locaux de crédit. Cette association se réunirait régulièrement pour examiner les progrès réalisés, pour faire un échange des leçons apprises et pour modifier les directives selon les besoins.

OPTIONS STRATEGIQUES POUR LA CHAMBRE DE COMMERCE

La Chambre de commerce souhaite réaliser un programme d'assistance aux micro- et petites entreprises (MPE) et mettre de l'ordre dans son approche globale d'appui au développement des entreprises. Le dilemme auquel la Chambre fait face est comment atteindre un grand nombre de MPE et d'entreprises de taille plus importante, tout en restant dans les limites des contraintes budgétaires qui lui sont imposées, et tout en développant ses moyens d'action et en restant dans le cadre de son mandat.

La Chambre est censée jouer trois rôles majeurs pour le secteur privé au Burkina Faso, à savoir: (a) un rôle consultatif à l'égard du gouvernement lorsque son opinion est recherchée; (b) un rôle administratif pour gérer les services d'appui au secteur privé; et (c) représenter le secteur privé auprès de commissions gouvernementales qui déterminent les politiques susceptibles d'avoir un impact sur le secteur privé.

Pour accomplir son mandat, la Chambre a développé plusieurs moyens d'action sur lesquels elle peut faire prise pour des interventions à l'appui des activités des MPE. Ces moyens d'action devraient former la base de tout programme que la Chambre met en place à l'appui du développement des MPE.

- Elle sert de point de contact pour les entreprises de plus grande taille; elle est le lieu où ces dernières peuvent facilement se rencontrer et comparer l'information - elle pourrait élargir ce rôle pour servir les MPE. L'Association des femmes chefs d'entreprises (AFCE), qui utilise les ressources de la Chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat (CCIA), pourrait se concentrer sur la participation des femmes micro-entrepreneurs à ces réunions;

- C'est une organisation qui recueille et dissémine l'information qui affecte les entreprises;

- C'est un organe de coordination, pour assurer que les différents membres du secteur privé se consultent pour présenter des positions homogènes (lorsque cela est possible) sur des points importants;

- Elle peut faire pression pour appuyer les efforts visant à changer les politiques du gouvernement (économique ou de contrôle), politiques qui peuvent ne pas être adaptées aux réalités de l'environnement des entreprises;

- Elle dispose d'une infrastructure qui est déjà utilisée à des fins de formation; et

- Elle a une bonne compréhension des marchés environnants et du milieu des affaires.

Ces éléments se conjuguent pour former une base solide de sorte que la Chambre puisse servir de leader très constructif, néanmoins objectif, dans la promotion du développement des MPE au Burkina Faso. Alors que la Chambre est censée appuyer le développement de nouvelles entreprises, ses mécanismes exercent des contraintes sur son action. Il serait inéquitable pour la Chambre de subventionner une entreprise et de ne pas en subventionner une autre (un acte de favoritisme qui serait nécessaire du fait de ses ressources limitées). Dans un même temps, elle ne peut pas justifier la prestation de services standard de développement des entreprises, comme des études de marchés ou des plans d'exploitation, lorsque des entreprises privées offrent déjà ces services; il s'agit de services qui sont déjà du ressort de bon nombre de ses membres, et elle ne devrait pas faire concurrence à ses adhérents.

Les contraintes exercées sur les interventions que la Chambre est en mesure d'entreprendre en tant que représentante du secteur privé dans son ensemble peuvent en fait se changer en aspects positifs pour déterminer la forme d'un programme d'appui aux MPE. Etant donné le nombre de MPE et l'éventail de leurs problèmes, la Chambre ne peut pas économiquement justifier des programmes à l'égard d'entreprises individuelles, sauf si ce ne sont des exemples dont on peut tirer un enseignement sur des éléments particuliers de l'environnement et sur les difficultés auxquelles sont confrontées les MPE. Ces contraintes obligent la Chambre à développer un programme qui, potentiellement, profite à toutes les entreprises sur un pied d'égalité, sans en favoriser une au détriment d'une autre.

La première moitié de ce chapitre concernait toute une série de problèmes et proposait des solutions que la Chambre est en mesure d'appuyer sans pour autant fournir de service préférentiel, solutions qui, cependant, auront des effets de large portée pour toutes les entreprises dans une ou dans plusieurs filières. Ces solutions offrent des structures et des approches larges permettant une plus forte croissance des MPE et du secteur privé en général, ce qui est le but ultime de la Chambre. Par conséquent, développer la capacité de mise en place de solutions comme celles proposées ci-dessus devrait être à la base de tout programme que la Chambre met en oeuvre.

La Chambre doit choisir ses interventions en fonction de ses moyens techniques et de ses ressources. A présent, elle n'a ni les moyens ni les ressources pour organiser une approche bien étudiée et bien équilibrée au développement des MPE. Quelques règles simples qui devraient guider la stratégie sont les suivantes :

- Elle devrait avoir un thème central et une logique à la méthode d'intervention;
- Elle devrait avoir une perspective à long terme, qui peut être tangiblement mesurée par la croissance économique générale dans une filière, plutôt que par la réussite des entreprises individuelles (bien que cette dernière soit souvent la mesure la plus satisfaisante);
- Elle devrait faire appel aux nombreux services existants, lorsque possible, ou encourager le développement de tels services ailleurs plutôt que de créer une importante structure interne pour la prestation de ces services; et
- Elle devrait faire prise sur les ressources de la Chambre.

Etant donné les ressources limitées dont elle dispose, la Chambre doit identifier le niveau d'intervention qu'elle souhaite entreprendre, allant d'activités générales de non-intervention et peu coûteuses, comme la **coordination des bailleurs de fonds**, à des activités plus concrètes et plus chères qui peuvent s'avérer nécessaires pour **encourager le changement technologique.** Cette stratégie devrait adopter une *approche de filière* comme thème central sur lequel est elle logiquement organisée. L'*approche de filière* met l'accent sur le concept de croissance de l'entière filière par le biais d'interventions ciblées visant les noeuds susceptibles d'engendrer la plus forte influence, plutôt que sur un appui au hasard à des entreprises particulières. Dans le cas où une entreprise serait assistée, soit en ce qui concerne l'aspect d'une politique soit celui de l'investissement, ceci serait seulement basé sur le rôle critique que cette entreprise pourrait jouer dans la stimulation d'une plus forte croissance dans la filière prise dans son ensemble.

Trois options spécifiques pour la Chambre sont présentées ci-après. Elle représentent trois niveaux différents de besoins en ressources et abordent les problèmes cruciaux auxquels est confronté le développement des MPE au Burkina Faso. Chaque option s'ajoute à la précédente, les interventions ayant le plus fort effet de levier pour la Chambre se trouvant dans la première phase. Ces trois options font une utilisation importante des moyens d'action (influence) de la Chambre, comme indiqué ci-dessus, et entrent directement dans le cadre de son mandat.

1. **La première phase (le niveau le plus bas de financement) concerne la compréhension de la situation, la coordination des participants et la sensibilisation des membres du secteur privé de la Chambre.**

La myriade des activités proposées qui sont en cours de conception témoigne du manque de coordination des bailleurs de fonds; bon nombre de ces activités rivaliseront directement avec des projets existants, projets qui sont souvent couronnés de succès, pour la même clientèle (MPE). Les bailleurs de fonds doivent s'assurer que leurs projets individuels s'accordent pour former une image complète.

S'attaquer à la question de la coordination des bailleurs de fonds demande des ressources et des techniciens dévoués qui comprennent les problèmes. Organiser la coordination des bailleurs de fonds ne consiste pas seulement à tenir des réunions périodiques. Cela demande quelqu'un qui s'y consacre. Cette personne devra recueillir l'information, la faire circuler parmi les différents bailleurs de fonds, discuter

avec les ONG, préparer des notes de synthèse qui résument l'état actuel de la technique à l'extérieur du Burkina Faso, disséminer l'information et organiser des réunions avec des questions spécifiques à chaque ordre du jour.

Il en va de même pour obtenir l'appui d'entreprises plus importantes qui sont membres de la Chambre de commerce.

Les étapes nécessaires sont les suivantes :

- renforcer la capacité analytique de la Chambre en ce qui concerne la compréhension de la situation existante, pour déterminer les contraintes auxquelles sont confrontées les MPE dans le secteur privé;

- développer et maintenir un réseau actif de contacts avec les bailleurs de fonds pour qu'ils fournissent à la Chambre un flux régulier d'information sur les activités projetées dans le domaine des MPE; et

- développer un réseau interne des membres du secteur privé de la Chambre qui ont sérieusement l'intention de promouvoir les MPE, en leur donnant la preuve tangible qu'ils peuvent tirer profit des relations plus étroites avec les MPE.

Quant aux ressources nécessaires à cet effet, il suffirait d'une ou de deux personnes qualifiée(s) prête(s) à accomplir les tâches ci-dessus, et ayant la crédibilité pour les exécuter.

2. **La deuxième phase consiste à développer une meilleure capacité de diagnostic de problèmes spécifiques et à promouvoir des solutions spécifiques à un niveau national ou au niveau de l'industrie, et d'attirer l'attention de ceux qui effectivement prennent les décisions.**

Il existe de nombreux problèmes de politique et d'organisation au sein du Gouvernement du Burkina Faso (GDBF), qui doivent être analysés et abordés avec circonspection. Ce rôle incombe à la Direction de l'artisanat (DA) pour le compte de CIPPA, mais ses activités sont limitées du fait de sa position au sein du Ministère de la promotion économique. L'information élaborée et disséminée par la DA a toujours besoin d'un appui externe supplémentaire pour attirer l'attention des décideurs. Alors que le Fonds d'aide et de coopération (FAC) et la Caisse centrale de coopération économique (CCCE) s'occupent de l'appui aux entreprises au sein de la CCIA, cette dernière ne possède pas de méthode structurée pour aborder les questions relatives aux politiques et à la réglementation, ce qui devrait être un de ses rôles majeurs.

Le besoin d'un groupe progressif est manifeste pour identifier et analyser les points clés qui s'appliquent aux petites et aux micro-entreprises, afin de déterminer leurs effets positifs et négatifs. Dans un même temps, il est nécessaire d'organiser et d'encourager les entrepreneurs privés qui vivent tous les jours cette réalité et qui, cependant, ne sont ni structurés ni ont pleins pouvoirs pour soutenir le débat.

Une unité comprenant un macro-économiste, un spécialiste en association professionnelle et un micro-économiste seraient un noyau idéal pour une équipe de la Chambre à qui incombe cette tâche. Ils feraient l'analyse et associerait la Chambre plus directement au secteur privé. Ils seraient une jonction avec les bailleurs de fonds pour faciliter le rôle de leur coordination (point développé ci-dessus), et feraient fonction de secrétaire du groupe de coordination des bailleurs de fonds. Par ailleurs, ils

disposeraient de ressources leur permettant de travailler avec les associations du secteur privé et les groupes de pression naissants, pour les faire démarrer et les orienter dans la bonne direction (que chaque groupe individuel déterminerait de lui-même).

Ce groupe serait aussi en mesure de fournir une assistance directe, soit de l'intérieur, soit de l'extérieur par le biais de consultants, pour travailler avec les institutions financières en vue de développer de nouveaux outils financiers, de conseiller directement le gouvernement sur les politiques proposées pour déterminer leur impact, d'assurer que les activités de la Chambre et que les autres institutions gouvernementales respectent les conventions concernant la formation. Le fait de mettre en place un groupe crédible de politique générale au sein de la Chambre, groupe qui a la capacité de faire des recommandations fermes et de prendre des mesures progressives pour coordonner d'autres interventions, aurait un impact de majeure importance sur les perspectives de croissance des MPE.

3. **La troisième phase offre une structure pour organiser des interventions directes au niveau de filière qui peuvent nécessiter un investissement plus important.**

Cette phase finale d'intervention fait franchir à la phase précédente un pas supplémentaire. Les analyses de contexte de filière réalisées pour préparer cette stratégie mettent en lumière de nombreuses interventions à effet de levier qui pourraient être entreprises pour dynamiser les filières individuelles, mais qui demanderaient des investissements plus substantiels, dépassant ceux disponibles dans la première et la deuxième phase ci-dessus.

De telles interventions exigeraient que la première étape soit une analyse logique et fiable, analyse pour laquelle on disposerait de ressources suffisantes pour aborder toute une gamme de problèmes. Ces ressources devraient être souples de sorte qu'elles puissent être rapidement orientées pour résoudre des problèmes ponctuels ou pour faire en sorte qu'un nouveau lien soit établi entre les ressources et les entrepreneurs. Elles devraient également être ciblées pour des investissements dans la recherche et le développement à plus long terme, mais par le biais d'entreprises technologiques privées ou par la collaboration avec des entrepreneurs dominants, pour résoudre les contraintes de technologie. La réalisation de quelques investissements directs donnerait aussi à la Chambre l'expérience la plus pratique dont elle a besoin pour renforcer ses arguments en faveur de réformes des politiques à l'appui des MPE et pour améliorer sa position à la table des négociations.

Un programme alliant l'analyse des politiques, l'appui pour poursuivre le dialogue de politique directement entre le secteur privé et le gouvernement, et les ressources à long terme pour entreprendre des interventions précises à l'appui d'opportunités à effet de levier, apporterait une assistance considérable à l'environnement des MPE. L'association de nouvelles informations ayant fait leurs preuves, d'expérience pratique (qui fait défaut) et de voies de communication ouvertes fournirait la base optimale pour des changements durables dans l'environnement de la politique, et stimulerait la croissance économique directe.

Il se peut que cette phase n'exige pas en fait trop de fonds directs propres pour financer les investissements directs dans la recherche technologique ou pour encourager les relations professionnelles, étant donné que, pour ce faire, elle devrait pouvoir puiser largement dans les ressources disponibles provenant d'autres bailleurs de fonds ou projets. Toutefois, elle devrait disposer de quelques fonds discrétionnaires lui permettant d'entreprendre toute mesure rapide s'avérant nécessaire pour justifier sa position. De ce point de vue, une unité compétente serait vraiment en mesure de coordonner les activités relatives au développement des MPE et de faire en sorte que les institutions opportunes, dotées de moyens appropriés, investissent dans les domaines critiques qu'elle aura mis en lumière.

Conclusion

En réalisant une quelconque des trois différentes phases examinées ci-dessus, la Chambre ferait prise sur ses principaux moyens d'action tout en prenant une position objective à l'égard d'entreprises particulières. Elle servirait de catalyseur pour réunir les divers moyens disponibles ou pour diriger les parties intéressées vers ces moyens. La Chambre serait en mesure d'analyser l'impact de l'environnement actuel des politiques, mais aurait aussi besoin de courage pour défier le gouvernement avec des recommandations solides et bien diagnostiquées en vue de l'obtention de réformes de politiques.

GEMINI PUBLICATION SERIES

GEMINI Working Papers:

1. "Growth and Equity through Microenterprise Investments and Institutions Project (GEMINI): Overview of the Project and Implementation Plan, October 1, 1989-September 30, 1990." GEMINI Working Paper No. 1. December 1989. [not for general circulation]

*2. "The Dynamics of Small-Scale Industry in Africa and the Role of Policy." Carl Liedholm. GEMINI Working Paper No. 2. January 1990. $5.50

3. "Prospects for Enhancing the Performance of Micro- and Small-Scale Nonfarm Enterprises in Niger." Donald C. Mead, Thomas Dichter, Yacob Fisseha, and Steven Haggblade. GEMINI Working Paper No. 3. February 1990. $6.00

4. "Agenda Paper: Seminar on the Private Sector in the Sahel, Abidjan, July 1990." William Grant. GEMINI Working Paper No. 4. August 1990. $3.00

*5. "Gender and the Growth and Dynamics of Microenterprises." Jeanne Downing. GEMINI Working Paper No. 5. October 1990. $10.50

6. "Banking on the Rural Poor in Malaysia: Project Ikhtiar." David Lucock. GEMINI Working Paper No. 6. October 1990. $3.30

7. "Options for Updating AskARIES." Larry Reed. GEMINI Working Paper No. 7. October 1990. $3.50

*8. "Technology — The Key to Increasing the Productivity of Microenterprises." Andy Jeans, Eric Hyman, and Mike O'Donnell. GEMINI Working Paper No. 8. November 1990. $3.60

9. "Lesotho Small and Microenterprise Strategy — Phase II: Subsector Analysis." Bill Grant. GEMINI Working Paper No. 9. November 1990. $15.50.

*10. "A Subsector Approach to Small Enterprise Promotion and Research." James J. Boomgard, Stephen P. Davies, Steven J. Haggblade, and Donald C. Mead. GEMINI Working Paper No. 10. January 1991. $3.10

11. "Data Collection Strategies for Small-Scale Industry Surveys." Carl Liedholm. GEMINI Working Paper No. 11. January 1991. $1.30.

12. "Dynamics of Microenterprises: Research Issues and Approaches." Carl Liedholm and Donald C. Mead. GEMINI Working Paper No. 12. January 1991. $6.50.

---

*Publications of general interest

13. "Dynamics of Microenterprises: Research Priorities and Research Plan." Carl Liedholm and Donald C. Mead. GEMINI Working Paper No. 13. August 1990. [not for general circulation]

14. "Review of Year One Activities (October 1, 1989 to September 30, 1990) and Year Two Work Plan (October 1 to November 30, 1990)." GEMINI Working Paper No. 14. January 1991. [not for general circulation]

*15. "The Process of Institutional Development: Assisting Small Enterprise Institutions to Become More Effective." Elaine Edgcomb and James Cawley. GEMINI Working Paper No. 15. February 1991. $9.70.

16. "Baseline Surveys of Micro and Small Enterprises: An Overview." Donald C. Mead, Yacob Fisseha, and Michael McPherson. GEMINI Working Paper No. 16. March 1991. $2.60.

17. "Kenya: Kibera's Small Enterprise Sector — Baseline Survey Report." Joan Parker and C. Aleke Dondo. GEMINI Working Paper No. 17. April 1991. $6.40.

*18. "A Financial Systems Approach to Microenterprises." Elisabeth Rhyne and Maria Otero. GEMINI Working Paper No. 18. April 1991. $3.00.

*19. "Agriculture, Rural Labor Markets, and the Evolution of the Rural Nonfarm Economy." Steve Haggblade and Carl Liedholm. GEMINI Working Paper No. 19. May 1991. $2.50.

*20. "The Microenterprise Finance Institutions of Indonesia and Their Implications for Donors." Elisabeth Rhyne. GEMINI Working Paper No. 20. June 1991. $3.40.

21. "Microenterprise Growth Dynamics in the Dominican Republic: The ADEMI Case." Frank F. Rubio. GEMINI Working Paper No. 21. June 1991. $3.10.

*22. "Credit Unions: A Formal Sector Alternative for Financing Microenterprise Development." John H. Magill. GEMINI Working Paper No. 22. September 1991. $3.80.

GEMINI Technical Reports:

1. "Jamaica Microenterprise Development Project: Technical, Administrative, Economic, and Financial Analyses." Paul Guenette, Surendra K. Gupta, Katherine Stearns, and James Boomgard. GEMINI Technical Report No. 1. June 1990. [not for general circulation]

2. "Bangladesh Women's Enterprise Development Project: PID Excerpts and Background Papers." Shari Berenbach, Katherine Stearns, and Syed M. Hashemi. GEMINI Technical Report No. 2. October 1990. $13.00

3. "Maroc: Conception d'une Enquête pour une Etude du Secteur Informel." Eric R. Nelson and Housni El Ghazi. GEMINI Technical Report No. 3. November 1990. $12.50

4. "Small Enterprise Assistance Project II in the Eastern Caribbean: Project Paper." James Cotter, Bruce Tippet, and Danielle Heinen. GEMINI Technical Report No. 4. October 1990. [not for general circulation]

5. "Technical Assessment: Rural Small-Scale Enterprise Pilot Credit Activity in Egypt." John W. Gardner and Jack E. Proctor. GEMINI Technical Report No. 5. October 1990. $4.00

*6. "Developing Financial Services for Microenterprises: An Evaluation of USAID Assistance to the BRI Unit Desa System in Indonesia." James J. Boomgard and Kenneth J. Angell. GEMINI Technical Report No. 6. October 1990. $9.00

7. "A Review of the Indigenous Small Scale Enterprises Sector in Swaziland." David A. Schrier. GEMINI Technical Report No. 7. October 1990. [not for general circulation]

8. "Ecuador Micro-Enterprise Sector Assessment: Summary Report." John H. Magill and Donald A. Swanson. GEMINI Technical Report No. 8. April 1991. $10.20.

9. "Ecuador Micro-Enterprise Sector Assessment: Financial Markets and the Micro- and Small-scale Enterprise Sector." Richard Meyer, John Porges, Martha Rose, and Jean Gilson. GEMINI Technical Report No. 9. March 1991. $16.00

10. "Ecuador Micro-Enterprise Sector Assessment: Policy Framework." Bruce H. Herrick, Gustavo A. Marquez, and Joseph F. Burke. GEMINI Technical Report No. 10. March 1991. $11.30

11. "Ecuador Micro-Enterprise Sector Assessment: Institutional Analysis." Peter H. Fraser, Arelis Gomez Alfonso, Miguel A. Rivarola, Donald A. Swanson, and Fernando Cruz-Villalba. GEMINI Technical Report No. 11. March 1991. $25.00

12. "Ecuador Micro-Enterprise Sector Assessment: Key Characteristics of the Micro-Enterprise Sector." John H. Magill, Robert Blaney, Joseph F. Burke, Rae Blumberg, and Jennifer Santer. GEMINI Technical Report No. 12. March 1991. $19.60

13. "A Monitoring and Evaluation System for Peace Corps' Small Business Development Program." David M. Callihan. GEMINI Technical Report No. 13. [not available for general circulation]

14. "Small-Scale Enterprises in Lesotho: Summary of a Country-Wide Survey." Yacob Fisseha. GEMINI Technical Report No. 14. February 1991. $6.40

*15. "An Evaluation of the Institutional Aspects of Financial Institutions Development Project, Phase I in Indonesia." John F. Gadway, Tantri M. H. Gadway, and Jacob Sardi. GEMINI Technical Report No. 15. March 1991. $8.80

*16. "Small-Scale Enterprises in Mamelodi and Kwazakhele Townships, South Africa: Survey Findings." Carl Liedholm and Michael A. McPherson. GEMINI Technical Report No. 16. March 1991. $4.60.

17. "Growth and Change in Malawi's Small and Medium Enterprise Sector." Michael A. McPherson. GEMINI Technical Report No. 17. June 1991. $2.20.

18. "Burkina Faso Microenterprise Sector Assessment and Strategy." William Grant, Matthew Gamser, Jim Herne, Karen McKay, Abdoulaye Sow, and Sibry Jean-Marie Tapsoba. GEMINI Technical Report No. 18. August 1991. Volume One, Main Report, $7.60; Volume Two, Annexes, $14.20.

*19. "Women in the BPD and Unit Desa Financial Services Programs: Lessons from Two Impact Studies in Indonesia." Sharon L. Holt. GEMINI Technical Report No. 19. September 1991. $3.80.

Technical Notes:

Financial Assistance to Microenterprise Section:

Series Notebook: Tools for Microenterprise Programs (a three-ring binder, 1 1/2 inches in diameter, for organizing technical notes and training materials) and "Methods for Managing Delinquency." $7.50. (Additional technical notes are forthcoming and will be sold separately.)

Nonfinancial Assistance to Microenterprise Section:

1. "A Field Manual for Subsector Practitioners." $4.50.

Special Publications:

*1. "Training Resources for Small Enterprise Development." Small Enterprise Education and Promotion Network. Special Publication No. 1. 1990. $9.00

*2. *Financial Management of Micro-Credit Programs: A Guidebook for NGOs.* Robert Peck Christen. ACCION International. Special Publication No. 2. 1990. $19.00

*3. *The ADEMI Approach to Microenterprise Credit.* A. Christopher Lewin. Special Publication No. 3. 1991. $15.00

Copies of publications available for circulation can be obtained by sending a check or a draft drawn on a U.S. bank to the DAI/GEMINI Publications Series, Development Alternatives, Inc., 7250 Woodmont Avenue, Bethesda, MD 20814, U.S.A.

9/91

PN-ABQ-592

Evaluation du Secteur de la Micro-Entreprise et Strategie au Burkina Faso

Volume II: Annexes

Rapport technique GEMINI No. 18

GEMINI

GROWTH and EQUITY through MICROENTERPRISE INVESTMENTS and INSTITUTIONS
7250 Woodmont Avenue, Suite 200, Bethesda, Maryland 20814

DEVELOPMENT ALTERNATIVES, INC. • Michigan State University • ACCION International • Management Systems International, Inc. • Opportunity International • Technoserve • World Education

68

Evaluation du Secteur de la Micro-Entreprise et Strategie au Burkina Faso

par

William Grant, Chef d'équipe
Matthew Gamser
Jim Herne
Karen McKay
Abdoulaye Sow
Sibry Jean-Marie Tapsoba

Août 1991

La présente étude a été financée par l'Agence américaine pour le développement international, Bureau pour l'Asie et l'entreprise privée, Section de la petite entreprise, de la micro-entreprise et de l'entreprise traditionnelle, par le biais d'un financement de base pour le Projet La Microentreprise: Organe de Croissance et d'Equité GEMINI: Un programme pour renforcer son cadre institutionnel et susciter des investissements, Contrat N° DHR-5448-C-00-9080-01, et par le biais de la participation financière du Bureau pour l'Afrique, Section des Affaires du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest, Contrat N° DHR-5448-Q-04-9081-00, du Bureau du Représentant de l'A.I.D./Burkina Faso, Contrat N° DHR-5448-04-9081-01, et du Bureau pour la planification et la coordination des politiques, Section Femmes dans le développement, Contrat N° DHR-5448-Q-04-9081-02.

64

TABLE DES MATIERES

ANNEXE A: ANALYSE DE LA FILIERE DES PEAUX ET CUIRS A-1

ANNEXE B: ANALYSE DE LA FILIERE DU TISSAGE B-1

ANNEXE C: ANALYSE DE LA FILIERE DE LA CONFECTION C-1

ANNEXE D: ANALYSE DE LA FILIERE DE LA CONSTRUCTION D-1

ANNEXE E: ANALYSE DE LA FILIERE DES COSMETIQUES E-1

ANNEXE F: ANALYSE DE LA FILIERE DU MATERIEL AGRICOLE F-1

ANNEXE A

ANALYSE DE LA FILIERE DES PEAUX ET CUIRS

ANNEXE A

ANALYSE DE LA FILIERE DES PEAUX ET CUIRS

RAISON POUR ANALYSER LES PEAUX ET LES CUIRS

Les peaux et cuirs[1] non tannés ont été depuis bien longtemps l'une des majeures exportations du Burkina Faso; ils offrent des possibilités accrues de transformation locale de la matière première en produits finis en cuir. Cela permettrait de capter une majeure valeur ajoutée au Burkina, et plus important encore, pourrait créer des emplois pour un grand nombre de petits entrepreneurs et d'artisans dans tout le pays. Cela est d'autant plus important parce que les articles en cuir, à la fois les peaux tannées et les produits finis, sont des produits traditionnels de la région sahélienne du pays, région qui est la plus touchée par l'avancée de la désertification.

Le recensement de 1985 dénombrait plus de 1 500 artisans pour qui le tannage et le travail du cuir sont l'activité principale, et 5 589 artisans pour qui ils sont l'activité secondaire. Sur la base d'estimations provenant d'une étude du secteur informel au Niger, l'Institut national des statistiques et démographie (INSD)[2] estime qu'il existe plus de 3 900 micro- et petites entreprises (MPE) dont la taille moyenne est équivalente à 1,3 le nombre de leurs employés à plein temps. La production totale des MPE est estimée à 1,96 milliards FCFA, avec une valeur ajoutée de 1,164 milliards FCFA, soit une moyenne des ventes totales s'élevant à 500 000 FCFA par entreprise et par an.

Le but de cette analyse est de mieux faire comprendre le potentiel de participation accrue des MPE, qui représentent la majorité des emplois dans la filière. Pour comprendre les contraintes auxquelles sont confrontées les MPE, nous devons en premier lieu les placer dans le contexte général de la filière, puis identifier leurs relations avec les autres principaux intervenants et leurs dépendances de ces derniers. L'examen qui suit présente le marché Burkinabé des objets en cuir et les canaux qui mènent à son approvisionnement. Un examen de la dynamique de la filière, ainsi que celui de la dynamique du développement des entreprises individuelles, nous mènera à toute une série d'interventions à effet de levier possibles pour dynamiser la filière.

---

[1] Les termes peaux et cuirs se rapportent à deux produits distincts mais connexes. Les peaux proviennent de petits ruminants, surtout les moutons et les chèvres, alors que les cuirs proviennent de gros animaux, en particulier les bovins. Cette différence de définition est importante car les technologies de manufacture de ces deux matières premières et les utilisations des produits finis sont souvent très différentes.

[2] Jean Stoupy, *Le secteur informel dans l'artisanat au Burkina Faso*, Rapport N° 09-C du Projet BKF/88/010 (PNUD), mars 1989, p. 14.

MARCHES DES PEAUX ET DES CUIRS AU BURKINA FASO

Marché mondial des peaux et des cuirs écrus

La vaste majorité des peaux et des cuirs burkinabés sont exportés sous leur forme non tannée (écrue) pour soutenir ouvertement la concurrence sur le marché mondial. Il s'agit d'un marché de produits primaires assez instable qui répond rapidement et facilement à l'offre mondiale, mais qui répond également à la réputation de qualité. C'est aussi un marché complexe qui exige de bons contacts pour accaparer les prix les plus élevés. Ces deux dernières années, les prix du marché mondial des peaux ont fluctué de façon extravagante, chutant progressivement jusqu'à environ 50 pour cent de ce qu'ils étaient en 1987. Le Tableau A-1 présente une évolution du prix moyen du kilo de peaux non tannées du Burkina entre 1983 et 1987.

Le Burkina Faso est un intervenant minuscule sur le marché mondial; il contrôle par conséquent très peu son propre sort. Néanmoins, le Burkina jouit de la réputation de fournir des peaux et des cuirs de qualité relativement supérieure, en particulier comparé à ses pays voisins comme le Mali et le Niger. Cela est en grande partie dû au fait que la société nationale des peaux et cuirs, la Société Burkinabée des Cuirs et Peaux (SBCP) a maintenu un record de performance régulière au cours des dix dernières années, alors que les sociétés nationales au Mali et au Niger se sont effondrées sous une faible gestion. Par ailleurs, en 1985, le Gouvernement (GDBF) a négocié une fusion avec une grande multinationale française, la CFAO, par le biais de sa filiale, la Société européenne des peaux (SEP), en vue de redynamiser la capacité d'exportation.

Résultant d'une bonne gestion continue et de sa réputation de vendre des peaux et cuirs de qualité, le Burkina a pu s'assurer une solide position sur le marché mondial. Ce marché continuera d'acheter autant de produits que le Burkina sera en mesure d'exporter. Les exportations actuelles du Burkina s'élèvent à environ 3,3 millions de peaux non tannées, représentant plus de 1 100 tonnes et une valeur de 2,2 milliards FCFA. De plus, il exporte officiellement près de 150 000 cuirs non tannés, d'une valeur de 300 millions FCFA, qui ne représentent qu'une fraction de la production annuelle totale.

Marché mondial des peaux semi-tannées et des peaux tannées

Le Burkina Faso exporte aussi des peaux et des cuirs à des stades intermédiaires de finissage. La SBCP est le seul exportateur de peaux de chèvres semi-tannées, tannées au stade du semi-tannage par sa filiale, la Société Burkinabée de Manufacture du Cuir (SBMC).[3] Elle exporte environ 320 tonnes (900 000 peaux) par an, d'une valeur de 500 millions FCFA.

---

[3] Alors que la CFAO/SEP détient 51 pour cent et le GDBF 49 pour cent du capital de la SBCP, c'est l'inverse pour la SBMC.

TABLEAU A-1

STATISTIQUES SUR LES EXPORTATIONS ET LES IMPORTATIONS D'ARTICLES EN CUIR ET DE PRODUITS CONNEXES

EXPORTATIONS	1983	1984	1985	1986	1987
Produits finis en cuir					
Quantité (tonnes)	11.6	177	216	149.9	289.5
Valeur (millions FCFA)	33.2	138.8	222.9	174.2	354.4
Peaux écrues					
Quantité (tonnes)	295.5	1232.5	1619.5	1027.7	1036.8
Valeur (millions FCFA)	234.3	1284	1671.1	1239.4	1303.5
Coût moyen/tonne	0.79	1.04	1.03	1.21	1.26
Cuirs écrus					
Quantité (tonnes)	166.4	0.4	n/a	n/a	n/a
Valeur (millions FCFA)	55.2	n/a	n/a	n/a	n/a
IMPORTATIONS					
Produits finis en cuir					
Quantité (tonnes)	33.5	32.4	14.3	40.8	39.8
Valeur (millions FCFA)	42.6	40.7	28.3	77.8	39.9
Peaux et cuirs écrus					
Quantité (tonnes)	45.3	44.1	67.6	34.1	9.8
Valeur (millions FCFA)	5.2	3.8	7.7	7.2	3
Chaussures					
Quantité (tonnes)	202.4	202.7	324.1	354.2	441.9
Valeur (millions FCFA)	350.8	232.1	375.6	565.4	387.8
Valeur moyenne/tonne	1.73	1.15	1.16	1.60	0.88
Chaussures - Production locale					
Quantité (1 000 paires)	1350.8	910.5	1317.8	889.8	666.5
Valeur (millions FCFA)	998.1	843.3	1075.5	996.7	635.1

Au Burkina, le coût du tannage des peaux est environ le double du coût du tannage fait ailleurs, mais vu que tout reste dans les mêmes sociétés, cela devient essentiellement un transfert de fixation des prix, que la SEP doit accepter du fait de sa participation à l'affaire. La SEP s'occupe ensuite de la vente des produits finis.

En plus des peaux semi-tannées, le Burkina exporte une quantité assez importante de peaux artisanalement tannées (niveau croûte) à ses pays voisins côtiers qui n'en ont essentiellement pas. Il s'agit d'un commerce informel (illégal) qui réussit à éviter les autorités et qui passe au travers des frontières. Il est donc difficile de lui donner une valeur officielle, bien qu'en 1987 il ait probablement atteint un maximum d'environ 150 000 peaux, d'une valeur de près de 150 millions FCFA. Bien que n'entrant pas sur le marché mondial des produits primaires, le commerce de ces peaux artisanalement tannées a considérablement baissé au cours de ces deux dernières années de pair avec une chute des prix sur le marché mondial.

Fabrication de chaussures (cuirs et peaux)

Au Burkina, le marché total des chaussures a fluctué entre 1,075 et 0,6 milliard FCFA par an entre 1983 et 1987 (voir Tableau A-1). Ce chiffre n'inclut pas la production artisanale (chaussures ou sandales), et les importations illégales provenant très probablement du Ghana et du Togo. En 1987, le marché était principalement approvisionné par la production intérieure (66 pour cent) plutôt que par les importations. Au cours des trois dernières années, depuis la publication des statistiques officielles, les deux producteurs industriels ont connu de fortes chutes de leur production, et les importations n'ont cessé d'augmenter. Les importations semblent passer en fraude en petites quantités pour circonvenir les droits de douane, reflétant le manque de tout contrôle centralisé du marché. Cette intéressante caractéristique offre l'opportunité d'accroître le marché des chaussures artisanales.

Les chaussures fabriquées localement (artisanales et industrielles) se vendent entre 3 000 FCFA (12 $) et 15 000 FCFA (60 $) la paire, avec des prix moyens de 3 750 FCFA (15 $)/paire de sandales en cuir de qualité et de 5 000 FCFA (20 $)/paire de chaussures fermées. Du point de vue prix et qualité, les chaussures artisanales peuvent faire directement concurrence aux importations ainsi qu'aux chaussures en cuir et synthétiques fabriquées industriellement dans le pays. De pair avec la chute de la production industrielle intérieure, il y a eu une augmentation de la cordonnerie locale[4] pour s'accaparer une certaine partie de ce marché, comme le reflètent de nombreuses entrées nouvelles sur le marché et des tendances de déplacement de la production par les cordonniers. Maintenant que la SBMC produit du cuir fini, les artisans locaux en achètent pour près de 15 millions FCFA par an (surtout de la peau de vache), que l'on pourrait estimer à 60 millions FCFA en produits finis.[5] Vu que près de la moitié des cordonniers

---

[4] *Cordonnerie* est le mot français pour fabricant de chaussures en cuir. Un cordonnier est un travailleur du cuir qui se spécialise dans la fabrication de chaussures; son origine est la ville espagnole de Cordoue qui était renommée pour le fini de ses chaussures en cuir.

[5] Les interviews ont révélé qu'il faut environ 1 000 FCFA de cuir de la SBMC pour produire une paire de chaussures vendue entre 3 000 et 5 000 FCFA. Par conséquent, 15 millions FCFA de cuir fini équivaut à environ 60 millions FCFA de chaussures.

emploient de la peau de vache (surtout les peaux les plus neuves), ceci représente probablement la moitié de l'offre de chaussures en cuir, soit un marché total de 120 millions FCFA, approximativement le dixième du marché en 1987. Il est important de noter que la production artisanale de chaussures en cuir l'emporte probablement sur la production industrielle intérieure par un rapport de 4 à 1.[6]

Maroquinerie (Peaux)

Les statistiques officielles de la maroquinerie ne comprennent que les données concernant la SBMC, soit environ 115 millions en 1990. Bien qu'elle soit le producteur le plus important (elle n'a démarré qu'en 1988 dans le cadre de son programme de réinvestissement), elle représente probablement 10 pour cent du marché total. Les estimations de Stoupy pour la Comptabilité nationale mettent la production totale par les maroquiniers et les tanneurs à environ 2 milliards.[7] Toutefois, cette estimation fusionne inopportunément deux fonctions distinctes qui sont réalisées par des intervenants différents dans un canal vertical de production, et elle pourrait être divisée par deux pour obtenir la taille réaliste des ventes totales aux consommateurs (d'où le marché) de 1 milliard FCFA.[8] Ce marché est en grande partie local, les achats des touristes prédominent mais il y a aussi une importante consommation burkinabée à la partie inférieure du spectre coût/qualité.

Une partie assez importante de la maroquinerie locale est en définitive exportée. Les négociants en produits de l'artisanat approvisionnant les vastes marchés pour touristes dans les pays côtiers, qui sont en grande mesure dépourvus d'articles en cuir, s'approvisionnent souvent d'eux-mêmes au Burkina. Les négociants font varier leurs achats entre achats purement au comptant et troc d'autres produits de l'artisanat que l'on ne trouve pas au Burkina, comme les masques en bois.

STRUCTURE DE LA FILIERE

La carte de la filière

Quatre ensembles principaux d'activités, ou d'industries, mènent à la production de produits finis en cuir au Burkina : l'abattage des animaux, la préparation et la collecte des peaux et cuirs, leur tannage et le travail du cuir proprement dit. En plus des intervenants dans les industries proprement dites, divers collecteurs, commerçants et négociants jouent un rôle important dans tout le système vertical menant à la vente des produits finis. Au Burkina Faso, on considère que le réseau tout entier représente la filière des peaux et cuirs. Le schéma de la page suivante, aussi connu comme la carte de la filière, donne une description visuelle des intervenants et des fonctions dans la filière. Le standard sur l'emploi des

---

[6] La SBMC ne vend que 8 millions FCFA à IPC et SINAC, soit environ la moitié du montant de ses ventes aux cordonniers locaux.

[7] Stoupy, ibid.

[8] Vu que les chiffres du recensement fusionnent inopportunément les tanneurs et les travailleurs du cuir, Stoupy a fait l'erreur d'ajouter les produits intermédiaires consommés, le cuir tanné, au chiffre de production finale.

symboles, des lignes en pointillé, des lignes continues et des flèches est un standard normalisé plus complètement décrit ci-dessous.[9]

Fonctions

Verticalement, la carte trace le mouvement des produits, du fournisseur de matières premières (bouchers) aux utilisateurs, passant à travers les diverses fonctions réalisées dans les différentes industries. Les fonctions comprennent l'abattage des animaux, l'écorchage, le séchage des peaux, le traitement préliminaire, la collecte et le groupage des peaux, le triage, les différentes phases du tannage jusqu'au finissage,[10] et le travail du cuir. La dernière fonction sur l'axe vertical est la commercialisation qui comprend la vente en gros et au détail. Il y a une sortie de produits du système à différents points de l'axe, à mesure que les produits sont exportés vers les marchés mondiaux.

Dans la filière des peaux et cuirs au Burkina, les fonctions peuvent être divisées en deux parties égales : la collecte, le groupage et la préparation des peaux et cuirs non tannés destinés à l'exportation; et le tannage, le finissage et la fabrication de produits finis en cuir. La première fonction est dominée par un petit nombre de grosses entreprises qui utilisent fondamentalement le même système que les petits collecteurs. C'est une activité commerciale à fort coefficient de capital. Dans le second groupe, les fonctions sont orientées vers la production et elles impliquent un éventail beaucoup plus large d'entreprises individuelles et des relations plus complexes. Cette analyse s'occupe essentiellement du second groupe, mais elle décrira aussi le fonctionnement du premier ensemble de fonctions.

Mécanismes de coordination

La carte comporte une série de canaux principaux de production. A chaque étape du canal de production, les différents intervenants sont liés à l'étape suivante. Cela est indiqué sur la carte à l'aide des symboles suivants : les flèches en pointillé indiquent les ventes contractuelles, les lignes doubles en pointillé indiquent les sous-traitances et les lignes continues représentent la vente directe d'un produit.

Un encadré représente l'intégration verticale dans un canal, lorsque des firmes individuelles ou des ménages effectuent une série de fonctions. Dans le cas où une firme sous-traite une activité mais retient le contrôle du produit, les côtés de l'encadré sont en pointillé.

---

[9] Voir Boomgard, et al., 1986, et Steve Haggblade et Nick Ritchie, 1991.

[10] Le cuir fini est le cuir qui peut être directement travaillé, ne demandant aucune préparation ultérieure, comme la teinture ou l'assouplissement, par exemple.

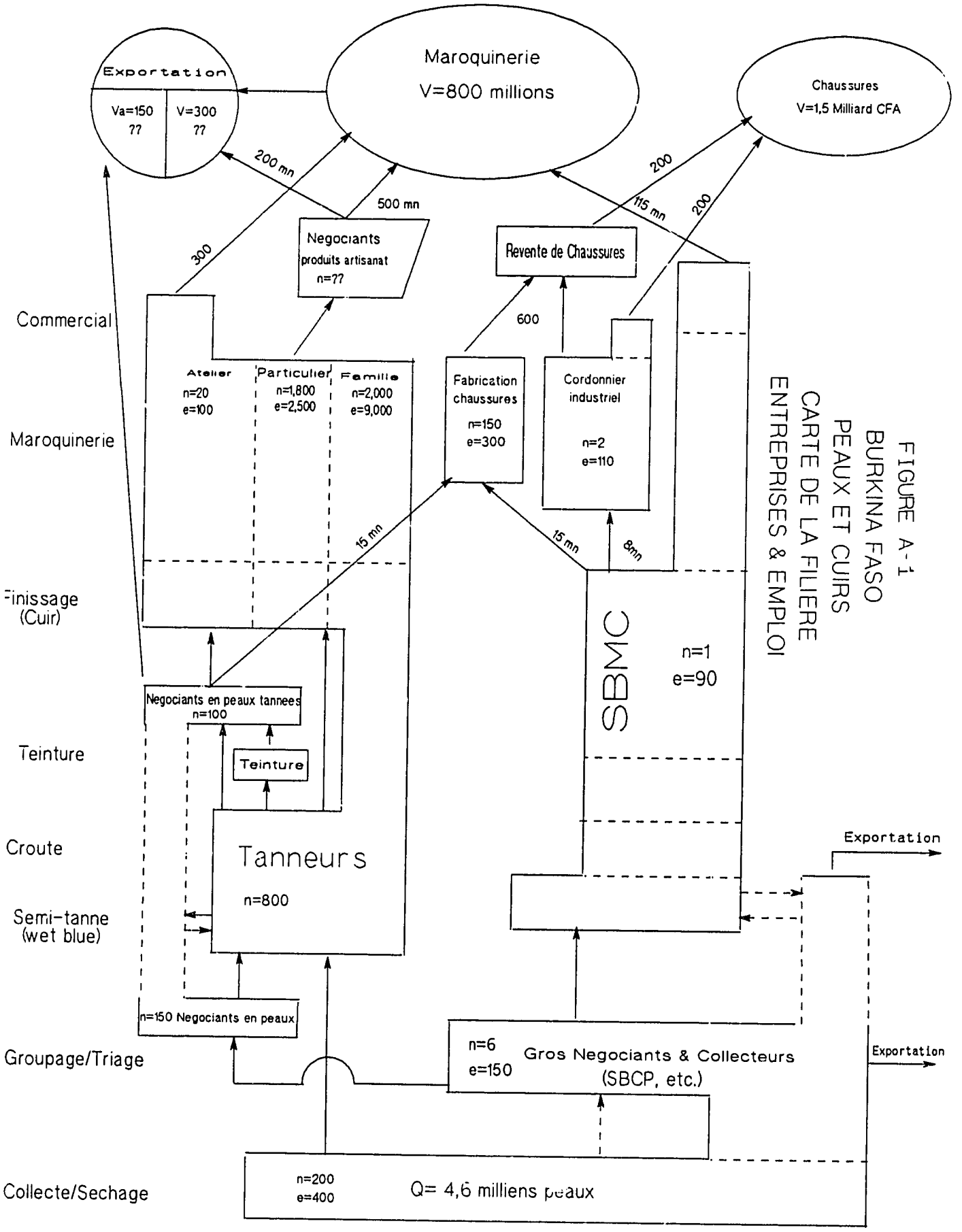


FIGURE A-1
BURKINA FASO
PEAUX ET CUIRS
CARTE DE LA FILIERE
ENTREPRISES & EMPLOI

Legend: n = nombre; e = Employes; Va = Valeur ajoutee; v = Valeur en FCFA

Technologie

Ecorchage des animaux

L'écorchage, l'action de dépouiller un animal de sa peau, est la première étape du procédé. Les bouchers professionnels utilisent généralement de l'air pour séparer la peau de la carcasse. Au niveau industriel, on le fait en insufflant de l'air comprimé sous la peau par une incision. Au niveau rural, le boucher se sert souvent de son souffle pour introduire de l'air entre la peau et la carcasse. Le gonflement réduit le risque d'abîmer la peau pendant l'écorchage et fait qu'elle est plus facile à dépouiller.

Séchage

Dans le climat chaud du Sahel, les peaux peuvent être mises à sécher directement au soleil. Cela ne suffit pas dans les climats plus humides, une solution d'eau salée doit être appliquée. Après un traitement insecticide qui suit le séchage, les peaux sont prêtes à être exportées.

Pour les cuirs, le procédé n'est pas simple. Bien que beaucoup de cuirs sont tout simplement mis à sécher au soleil, leur qualité n'est pas exportable. La Société Burkinabée des Cuirs et Peaux traite ses cuirs immédiatement après l'écorchage dans une solution à l'arsenic, avant de les étirer pour le séchage. Ce procédé limite le nombre de personnes qui peuvent économiquement collecter des cuirs à celles autour des villes principales. Cela signifie qu'en grande partie les cuirs des zones rurales ne peuvent pas être exportés. En conséquence, les exportations officielles du Burkina sont bien en deçà de la quantité de cuirs disponibles; on manque simplement de la technologie permettant de les préserver convenablement.

Tannage

On effectue deux types principaux de tannage au Burkina : industriel et artisanal. Une seule entreprise effectue le tannage industriel à fort coefficient de capital, alors qu'il pourrait bien y avoir un millier d'artisans tanneurs.

Tannage industriel. La Société Burkinabé de la Manufacture du Cuir (SBMC) peut traiter 90 000 peaux de chèvres par mois au stade du semi-tannage, mais ne travaille que 11 mois par an et a des moyennes mensuelles légèrement en-dessous de ce chiffre.[11] Elle est payée 643 FCFA/kg de peaux séchées, soit environ 215 FCFA par peau tannée.

En plus du semi-tannage, la SBMC tanne aussi les peaux et les cuirs de la croûte au stade final. Elle est limitée à la fois par sa capacité de tannage et par sa technique de finissage. Etant donné que la SBCP monopolise la plus grande partie de sa capacité de tannage au stade du semi-tannage, elle est limitée dans la quantité de cuir qu'elle peut traiter d'elle-même. Elle manque aussi sérieusement des machines de finissage qui sont nécessaires pour maximiser la production et pour fabriquer avec régularité un produit de première qualité. En particulier, elle ne possède pas de machines pour refendre le cuir dans son

---

[11] La SBCP a exporté 320 tonnes de peaux semi-tannées en 1990, soit environ 960 000 peaux vu que, selon le calcul du Directeur général de la SBMC, il y a une moyenne de 3 peaux par kilo.

épaisseur, ce qui signifie qu'elle est incapable de produire un cuir ayant une épaisseur uniforme, et qu'elle perd le tiers de la valeur de chaque cuir du fait que son cuir n'a pas de clivures.[12]

L'incapacité de la SBMC de contrôler l'épaisseur et la qualité de ses cuirs limite son aptitude à produire la gamme des cuirs finis demandés par les entreprises, rendant pratiquement impossible pour la SBMC d'envisager l'exportation de son produit.

Tannage artisanal. Les techniques traditionnelles de tannage sont utilisées au niveau artisanal. Les cuirs demandent une technologie différente des peaux. Le tannage des peaux est répandu au Burkina; il se concentre autour de quelques centres, à kaya et Pouytenga, et une quantité moins importante de cuirs est tannée à Dassouri, Ouaga et Dori. La technique et la qualité varient selon la région, la meilleure qualité provient de Kaya et elle se vend plus cher. Sur une base forfaitaire, les tanneurs demandent entre 100 et 250 FCFA par peau, dépendant de sa taille et de sa qualité ainsi que de la réputation du tanneur (les meilleurs tanneurs obtiennent en général les meilleures peaux).

Les principales étapes sont les mêmes quelle que soit la région. Pour un lot standard de 10 peaux, ces étapes sont :

(1) Trempage dans de l'eau pure environ un jour pour éliminer les impuretés;

(2) Pour enlever les poils, trempage d'un jour ou deux dans une solution d'eau, de cendres, d'excréments de poulet, de chair d'un fruit ressemblant à la courge et/ou de carbure;

(3) Enlèvement des poils au couteau (plusieurs heures);

(4) Rinçage à l'eau (1 à 2 heures);

(5) Enlever au couteau tout reste de gras (plusieurs heures pour 10 peaux);

(6) Tannage des peaux. C'est là où se produisent les différences réelles qui sont ressenties dans la qualité finale du cuir tanné. Les peaux nettoyées et préparées sont frottées et travaillées avec une solution de fruit écrasé, de beurre de karité ou d'huile d'arachide pour leur donner un grain final souple; et

(7) Teinture.

L'ensemble de ces sept étapes peut prendre de 3 à 6 jours, dépendant de la quantité et de la qualité des peaux, et de la saison. Les différences majeures se retrouvent dans les étapes 2 et 6. Dans la sixième étape, les tanneurs passent souvent plus de temps sur les meilleures peaux (grandes et sans imperfection) et ils les travaillent mieux pour garantir une qualité supérieure qui garantira un prix maximum. Dans les régions où l'on fait moins de tannage, comme à Ouaga, l'unique tanneur se consacre moins au stade final du tannage, d'où l'obtention d'un produit de qualité très inférieure (mais qui demande aussi moins de temps).

---

[12] Une clivure est le terme technique pour le cuir supplémentaire qui s'obtient lorsqu'une partie centrale épaisse est rasée pour obtenir une épaisseur uniforme. Avec un bon équipement, 50 pour cent de cuir en plus peut être rentablement transformé.

Il n'existe pratiquement pas de tannage commercial de la peau de vache. On a trouvé un seul artisan tanneur de peau de vache à Ouaga, et aucun ailleurs. Les cordonniers qui font des sandales tannent les cuirs dont ils ont besoin en les battant sur une pierre avec un gros bâton, les laissant pendant un jour dans du sable humide et répétant ensuite le procédé. Les cuirs sont ensuite raclés pour enlever les restes de gras juste au moment d'être utilisés.

Les tanneurs artisanaux font relativement peu de finissage, bien que certains ajoutent une teinture rouge au produit. Le finissage (retravailler la peau pour obtenir le grain, le brillant et la couleur voulus) est fait par l'artisan. Dans la mesure du possible, les artisans cherchent à teindre leur cuir avec des produits naturels, préparés avec de l'huile d'arachide, du lait et de l'écorce d'arbre.

Teinture

La teinture est généralement une étape finale avant la production. La SBMC utilise des techniques de teinture très différentes des artisans teinturiers dans les étapes de finissage. Les teintures industrielles de la couleur voulue (blanc, jaune, marron, etc.) sont essentiellement appliquées sur la peau comme de la peinture. Les artisans se plaignent que ce type de teinture n'adhère pas bien au cuir lorsqu'ils l'étirent (pour les chaussures), mais les cordonniers bien formés disent que c'est justement parce que les artisans traditionnels ne savent pas travailler ce type de cuir.

Au niveau artisanal, tous utilisent des produits naturels. Les teinturiers sont distincts des tanneurs, mais les tanneurs font souvent eux-mêmes leur propre teinture.

Production

Il existe deux types principaux de fabrication des produits finis : industrielle et artisanale. La méthode industrielle est à fort coefficient de capital et implique un travail à la pièce fait à la machine, où les morceaux sont coupés à la machine et ensuite cousus et collés ensemble. La gravure se fait à la machine. Pour la maroquinerie, la SBMC est l'intervenant principal dans le système qui emploie la méthode industrielle, mais les deux gros fabricants de chaussures utilisent aussi la technique du travail à la pièce à coefficient relativement fort de capital. Dans le milieu du travail à la pièce, il n'est pas bien besoin de connaître le travail du cuir, aussi les ouvriers de ces ateliers sont-ils rarement capables de fabriquer d'eux-mêmes des objets en cuir.

La maroquinerie artisanale est faite uniquement à la main et demande davantage de compétences techniques et de connaissance du cuir qui est travaillé. Quelques artisans seulement ont des machines; ils sont dans la capitale (où il y a de l'électricité). Ceci est essentiellement dû au coût des outils et à la taille relativement restreinte de leur marché.

Les cordonniers travaillent pratiquement comme les maroquiniers, en pratique sans assistance mécanique. Certains cordonniers sous-traitent le piquage aux tailleurs, autrement ils font tout le travail à la main.

Les maroquiniers/cordonniers fabriquant des sandales traditionnelles utilisent de quatre à six épaisseurs de cuir par paire, y consacrant un temps énorme (une paire par jour) et employant beaucoup de cuir. Par contraste, les Touareg, qui fabriquent des sandales à Ouaga avec des semelles en caoutchouc, peuvent en faire six paires par jour à un quart du coût par paire (250 FCFA par rapport à 1 000 FCFA à Dori).

La première étape de la fabrication artisanale, qui souvent différencie le produit fini, est le finissage des peaux (dans la production industrielle, tout le finissage est fait en tannerie).
Les produits de qualité supérieure bénéficient de plus d'attention et d'un meilleur finissage du cuir avant sa transformation, le rendant plus souple, plus brillant, et lui donnant les couleurs appropriées. Les artisans les mieux formés, et dotés d'un bon sens de la mode et de l'esthétique, donnent un meilleur fini à leur cuir avant de fabriquer leurs produits.

Canaux de distribution alternatifs

Bien qu'il y ait deux canaux principaux de distribution aux stades du tannage et de la production, il n'y a qu'une seule fonction de canal dans la moitié inférieure de la carte, aux niveaux de la collecte et du groupage. Le canal de la collecte et du groupage sera décrit en premier, les deux autres le seront ensuite.

La collecte des peaux et des cuirs

La collecte des peaux et des cuirs jusqu'au niveau du groupage est faite par tous les exportateurs se servant du même système. Les cinq exportateurs principaux, qui ont de bons contacts sur le marché mondial, emploient un réseau de rassembleurs et de petits collecteurs pour amener les peaux depuis les régions les plus reculées du pays. Etant donné la compétitivité du marché, c'est, chose étonnante, une activité à fort coefficient de capital. La loyauté des fournisseurs est acquise grâce à des contributions financières, demandant que des avances considérables soient versées jusqu'au niveau des bouchers.

La nature compétitive du marché signifie que les peaux écrues se vendent relativement plus cher. Dans les zones urbaines, comme Ouagadougou, ces peaux se vendent jusqu'à 500 FCFA pièce.

Grâce à ce système, on collecte pratiquement l'entière production burkinabée de peaux, ainsi qu'un nombre non négligeable de peaux des pays voisins. Sur la base des estimations de la taille du cheptel, la production annuelle des peaux de moutons et de chèvres devrait s'élever à environ 2,5 millions, toutefois, les estimations des exportations de peaux des deux plus gros exportateurs Burkinabés s'élèvent à 3,3 millions de peaux écrues, plus environ 900 000 peaux semi-tannées.

Le but principal de la collecte est d'approvisionner le marché extérieur. Un petit pourcentage, environ 25 pour cent, de la production totale est tanné chez SBMC au stade du semi-tannage avant d'être exporté, mais c'est moins rentable que d'exporter directement aux tanneurs d'autres pays.

Toutes les meilleures peaux étant destinées au marché extérieur, où elles se vendent le plus cher, les peaux de qualité médiocre sont celles qui sont le plus souvent laissées aux artisans tanneurs. Représentant environ 5 à 10 pour cent des peaux collectées (200 000 à 300 000 peaux), elles constituent une grande partie de l'offre destinée au canal de production artisanale tout entier, et elles représentent

une contrainte importante quant à l'obtention d'une meilleure qualité. A part les peaux de qualité médiocre, les tanneurs achètent une certaine quantité de peaux directement aux collecteurs et aux bouchers, afin de se procurer un stock de peaux dont la qualité leur permet de faire payer des prix maximum aux maroquiniers. Des estimations indiquent que 10 à 30 pour cent de l'entière production (250 000 à 300 000) échappe aux collecteurs. Ainsi, nous estimons la quantité de peaux dont disposent les tanneurs traditionnels à près de 650 000, soit une moyenne d'environ 500 peaux par tanneur et par an.

Production d'objets en cuir

Deux canaux vont de l'offre de la matière première aux produits finis : un dépendant de la production industrielle de produits tannés et l'autre dépendant de la production artisanale. Il y a une certaine intégration entre les deux, mais elle est limitée. Ils se différencient essentiellement par la technologie utilisée et par le type d'enregistrement (formel ou informel).

Premier canal : Production artisanale

Ce canal est le plus complexe des deux et représente le point focal de l'analyse. Il est composé presque entièrement des petits artisans qui travaillent à leur compte aux niveaux du tannage et de l'artisanat, reliés entre eux et au marché par les négociants en peaux tannées, et atteignant les marchés soit à travers la vente directe, soit à travers les commerçants en produits d'artisanat.

Les tanneurs ne tannent que les peaux (pas les cuirs), et sont en grande partie approvisionnés avec des produits qui ne s'exportent pas, comme décrit ci-dessus, et qui sont commercialisés par les négociants se spécialisant dans ce marché. Les négociants paient généralement les peaux 50 à 200 FCFA aux collecteurs et les revendent aux tanneurs à un prix légèrement supérieur. Parfois, le négociant vend aussi des peaux tannées et sous-traite le tannage aux tanneurs à raison de 100 à 150 FCFA la peau. Autour de Kaya, les tanneurs généralement traitent par lots de 10 peaux à la fois : achetant, tannant et vendant ensuite; ils traitent rarement à l'unité.

La teinture est étroitement associée au tannage, bien qu'elle soit faite par un groupe de personnes différent des tanneurs. Moins de la moitié des peaux sont teintes en tannerie avant d'être expédiées aux utilisateurs.

Bien que quelques canaux vendent directement aux maroquiniers des pays voisins ou aux gros négociants qui viennent parfois jusqu'au village les acheter, ils préfèrent généralement vendre leurs peaux sur leurs marchés locaux où ils sont sûrs d'obtenir le prix réel du marché. Sur les marchés des régions de tannage, les peaux sont achetées par les négociants en peaux tannées et par les maroquiniers. Les peaux tannées sont ensuite vendues dans le Sud; de Dori et Kaya, elles passent dans les villes où il existe une demande mais où l'offre est limitée, comme Ouaga et Bobo, et continuent ensuite en direction des pays côtiers.

Dans les régions de tannage, les maroquiniers s'approvisionnent directement auprès des tanneurs. Dans les grandes zones urbaines, comme Ouaga et Bobo, les maroquiniers sont généralement approvisionnés par les négociants, qui font du porte à porte avec leurs peaux, les vendant par lots de 10. Dans les villes, les plus gros maroquiniers et cordonniers dépendent ordinairement des mêmes négociants, qui sont peu nombreux. Il s'agit des plus gros négociants, capables de garantir aux maroquiniers des

peaux de meilleure qualité, souvent difficiles à trouver. Parfois, lorsqu'un maroquinier/cordonnier urbain a besoin d'une grosse quantité de peaux, il se déplace jusqu'à Kaya; il peut ainsi économiser environ 25 pour cent sur le produit. Autrement, vu le temps que cela implique et le coût du transport et de l'hébergement, il est plus avantageux de se faire approvisionner par les négociants.

Un petit nombre de gros négociants occupe une place extrêmement importante dans le canal, intervenant même jusqu'au niveau de l'achat des peaux auprès des bouchers (pour s'assurer des matières premières de qualité) et exportant des produits finis et des peaux à Lomé et Abidjan. Des quelques 150 négociants en peaux, les gros négociants sont relativement peu nombreux, entre 3 et 10 à Kaya et Tema, dépendant du marché mondial. Ils sont aussi les principaux fournisseurs des ateliers d'Ouaga, et ils vendent souvent des peaux à crédit, dépendant de leurs relations avec les maroquiniers et de la qualité de leur travail. Ils sont des mêmes quartiers que les tanneurs, et ils tannent souvent les meilleures peaux eux-mêmes (des peaux qu'ils ont personnellement choisies chez les bouchers). Ils sont ainsi intégralement impliqués à presque tous les niveaux du canal et ils pourraient être un point de levier très important.

La vente des peaux au détail est rare; à Bobo et à Ouaga, une seule personne au marché central vend régulièrement des peaux au détail, en moyenne 20 à 40 peaux par mois; elles sont surtout vendues aux cordonniers itinérants Touareg.

Les cordonniers/maroquiniers qui travaillent la peau de vache, principalement les fabricants de sandales dans les provinces de Seno et d'Oudalon, rencontrent un problème d'approvisionnement du fait que tous les tanneurs commerciaux ne traitent que les peaux. Il en est résulté que ce groupe s'est intégré en aval, achetant des cuirs directement chez les bouchers et les tannant lui-même au fur et à mesure qu'il a besoin de cuir pour faire ses sandales. Les cordonniers/maroquiniers dépendent cependant toujours des tanneurs commerciaux pour les peaux qu'ils utilisent dans la fabrication de leurs sandales, et ils affirment qu'ils préféreraient acheter les cuirs déjà tannés plutôt que de les tanner eux-mêmes.

D'autres cordonniers/maroquiniers qui travaillent dans des villages isolés, sans approvisionnement régulier des principales régions de tannage, Kaya, Bokin, Dori ou Pouytenga, sont souvent obligés de faire leur propre tannage pour avoir la matière première nécessaire.

Les cordonniers d'Ouaga et de Bobo sont un groupe spécial à part, ne fabriquant que des chaussures. Ils utilisent du cuir de la SBMC et de la peau de chèvre pour la partie supérieure des chaussures, mais utilisent des semelles en caoutchouc importées parce qu'on ne trouve pas de semelles en cuir au Burkina (un cordonnier fait les siennes).

Les maroquiniers et les cordonniers préfèrent travailler sur commande lorsqu'ils ont un marché garanti, mais ils sont souvent obligés de produire dans l'espoir de trouver acheteur, de préférence un consommateur ou, en dernier ressort, un commerçant. Bien qu'ils préfèrent vendre directement au consommateurs, lorsqu'ils ne trouvent pas d'acheteurs, ils doivent dépendre des commerçants locaux pour acheter leurs produits à prix réduit. Par conséquent, le produit fini du maroquinier gagne le marché soit par la vente directe soit par les commerçants spécialisés en produits d'artisanat, davantage de ventes passant probablement par les commerçants. Le cordonnier, lui, préfère fabriquer en série et préfère les grosses commandes, généralement passées par des négociants à qui il fait d'importantes remises de gros (25 à 40 pour cent).

Les femmes impliquées dans ce canal, moins de 1 000 et ne représentant que 13 pour cent de l'emploi, jouent un rôle limité dans la filière. Néanmoins, 75 pour cent des femmes actives dans cette

filière proviennent de trois provinces (Soum, Seno et Oudalan). Dans certains cas, les femmes ne font que des tâches marginales pour aider leurs maris dans la fabrication de produits finis, mais, dans d'autres cas, elles sont tanneurs et producteurs. Toutefois, dans le cas des tanneuses, il a été noté qu'un homme fait généralement fonction d'intermédiaire commercial dans la vente de leurs produits.

Deuxième canal : Fabrication industrielle

Ce canal fabrique industriellement des produits manufacturés pour la maroquinerie et pour les fabricants de chaussures. Il comprend les trois unités de l'industrie des peaux et des cuirs du secteur structuré, employant environ 210 personnes,[13] dont les ventes s'élèvent à 620 millions FCFA. Il approvisionne un fort pourcentage de maroquineries locales (environ 10 pour cent), et représente les deux-tiers de la production locale de chaussures. Cependant, les chaussures en cuir fabriquées dans ce canal représentent moins de 20 pour cent de la production totale, d'où le quart environ de la production artisanale.

La SBMC est l'intervenant principal, à la fois en tant que producteur de produits finis et en tant que fournisseur de matière première aux deux fabricants de chaussures. Tous les produits en cuir fabriqués dans ce canal passent par sa tannerie. Elle s'approvisionne en peaux et en cuirs non tannées directement auprès de la SBCP et des autres principaux négociants.

Environ 60 pour cent des recettes de la SBMC proviennent de son contrat de tannage avec la SBCP (autour de 200 millions FCFA), qui garantit sa solvabilité. Environ le tiers de ses ventes (115 millions FCFA) provient de sa chaîne de production de maroquinerie intégrée, et moins de 10 pour cent de ses recettes (25 millions FCFA) proviennent de la vente de cuir fini à d'autres producteurs. Les quantités vendues sont limitées par sa capacité de production de cuir fini (contrainte dans la section tannage) et par la taille relativement restreinte du marché de ses produits, en raison de la faiblesse financière des grosses unités et du nombre limité d'artisans. La qualité de son cuir fini est variable, elle ne peut donc satisfaire qu'en partie les besoins du marché.

Les entreprises de ce canal sont caractérisées par un fort coefficient de capital (gros investissements) et des faibles niveaux de compétences individuelles. Pour être rentables, elles devraient produire des volumes qu'elles ont rarement pu atteindre. Du fait de sa relation avec la SEP, la SBMC dépend des intérêts de cette dernière pour déterminer si elle sera en mesure de se développer au-delà de sa capacité actuelle.

---

[13] SPMC : 100 employés; SINAC : 58 employés; IPC : 53 employés.

DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES ET FORCES DYNAMIQUES

Développement des entreprises

Maroquiniers

C'est en raison de la nature artisanale avec laquelle la plupart des intervenants productifs dans la partie maroquinerie du premier canal approchent leur travail, qu'ils sont véritablement des entreprises embryonnaires. Tout de même, certaines typologies qui apparaissent aux différents niveaux méritent d'être différenciées, car cela peut montrer des tendances vers un développement plus régulier des entreprises, et ciblera les opportunités de développement de la filière.

Au niveau de la production, il existe trois types différents de maroquiniers : ateliers, maroquiniers individuels et entreprises artisanales familiales traditionnelles (basées sur un système traditionnel de castes).

Ateliers. Il s'agit de groupes d'artisans travaillant ensemble, généralement sous la direction d'un artisan principal qui a acquis une certaine notoriété. Ils peuvent provenir, ou ne pas provenir, des familles traditionnelles travaillant le cuir; en fait, plusieurs des ateliers les plus productifs n'ont démarré qu'au cours des dix dernières années. Ils sont les artisans les plus visibles et leur marque de fabrique jouit d'une certaine réputation. L'artisan principal fournit aux autres artisans qui travaillent pour lui/avec lui le local et la plupart des ressources et des commandes, les payant à la pièce.

De pair avec les ateliers dirigés par un artisan, il existe une pré-coopérative bien connue qui fabrique des ballons de football en cuir. Bien que cette activité ait connu un succès relatif, elle a souffert de l'assistance inopportune des donateurs et du GDBF, qui l'ont laissée financièrement handicapée à deux occasions.

Dans les ateliers, l'investissement est limité au local (qui est habituellement loué) et aux stocks. Les équipements dont on dispose est du petit matériel : couteaux, ciseaux, limes, etc.; quelques ateliers seulement ont une machine à coudre.

Ces ateliers se concentrent sur le marché haut de gamme, fabriquant des produits haut de gamme principalement pour les expatriés résidents qui recherchent des produits de qualité ou pour des commandes officielles de l'Administration pour des occasions spéciales (conférences ou séminaires, par exemple). Ce sont eux qui sont aussi invités à participer aux foires commerciales internationales et régionales (SIAO) - d'où l'acquisition d'une publicité relativement bonne.[14] Néanmoins, vu qu'ils préfèrent faire le travail à marge élevée, ils attendent souvent que le travail viennent à eux plutôt que d'aller vers le travail et de développer eux-mêmes leurs marchés. Ils fabriquent rarement des produits sans la garantie d'un marché parce qu'ils sont préoccupés par les coûts des stocks.

---

[14] Les maroquiniers affirment que leurs ventes réelles au cours de ces occasions spéciales sont très limitées. Néanmoins, leurs ventes augmentent immédiatement après, du fait que beaucoup plus de gens viennent leurs passer des commandes spéciales. Ceci reflète leur manque habituel de visibilité.

Cette approche crée des problèmes de commercialisation vu que ces ateliers sont rarement faciles d'accès. Ils sont soit très loin de la ville (comme les plus gros artisans autour de Kaya), soit assez difficiles à trouver dans les quartiers, juste pour leur passer commande. Par conséquent, il y a une contradiction entre leur style de commercialisation et leur implantation. S'ils étaient plus accessibles, ils pourraient vraisemblablement vendre davantage. Il semblerait qu'ils n'ont tous pratiquement aucune notion de commercialisation et de la façon de faire augmenter leurs ventes, approchant la commercialisation comme un art plutôt qu'une affaire; ils ont régulièrement des problèmes financiers.

Les ventes de ces ateliers vont de 100 000 à 300 000 FCFA par mois, dépendant de la saison. Les marges sur les produits tendent à être au moins de 100 pour cent, soit près de 3 fois le coût du cuir utilisé.

Les besoins en fonds de roulement sont étroitement liés à leur stratégie commerciale. Vu que leur production est rarement régulière, leurs besoins en fonds de roulement peuvent très rapidement aller de deux fois rien à une somme notable (relativement parlant : de 50 000 à 200 000 FCFA), dépendant des commandes ou de leur préparation éventuelle pour une grosse foire commerciale. Avec un cash flow irrégulier et des besoins financiers irrésolus, il leur est très difficile de rechercher un financement. S'ils l'obtiennent, il leur est aussi très difficile d'en faire le suivi, vu que leurs notions de dépenses, de principal et d'intérêt ne sont pas clairement définies.

Un des inconvénients qui va de pair avec une haute visibilité est que l'on est noté du fisc. Les ateliers sont les seuls travailleurs du canal à payer des taxes, même si de manière irrégulière.

Maroquiniers individuels. Ces activités couvrent un large éventail d'intervenants, des Touareg itinérants fabriquant des sandales pour le marché ciblant les touristes aux artisans semi-stables qui fabriquent d'abord et qui essaient ensuite de vendre eux-mêmes leurs produits pour se procurer les ressources leur permettant de produire le lot suivant. Ils ont rarement un lieu de travail formel, travaillant dans la rue, au marché ou chez eux. Une fois le produit fini, ils l'amènent au marché et essaient de le vendre. S'il ne s'y vend pas, ils le vendent à un commerçant; certains ont des relations d'approvisionnement stables avec les commerçants. Ils sont souvent formés par des artisans qui font des produits de qualité, puis envoyés s'installer à leur compte. La plupart de ces artisans aspirent au marché haut de gamme, mais n'ont ni les ressources ni la réputation requises.

Entreprise familiale. A l'autre extrême, entre l'atelier et le niveau individuel, se trouve l'entreprise familiale. Il s'agit souvent d'unités traditionnelles, qui se retrouvent à l'extrême Nord du pays ou dans les villages isolés, qui suivent les lignes des castes. Leur produit principal est la sandale[15] fabriquée par les hommes, mais les femmes travaillent aussi le cuir, se spécialisant dans les poufs et les coussins. Bien que ce soit une activité familiale, chaque membre de la famille travaille indépendamment, recevant ses propres commandes ou fabriquant son propre produit qu'il est ensuite responsable de commercialiser. Bien que le lieu de travail soit commun pour toute la famille, les fournitures appartiennent aux membres individuels du ménage. C'est seulement dans le cas d'une grosse commande qu'ils joignent leurs forces.

---

[15] Bien que les sandales soient considérées comme des chaussures, elles vont mieux dans la catégorie de la maroquinerie en raison des styles et des décorations qui sont utilisés. En outre, les styles de travail de ceux qui ne font que des sandales n'a rien de comparable avec celui des cordonniers, comme nous le verrons ci-dessous.

Ces entreprises familiales traditionnelles tendent à être plus verticalement intégrées, faisant aussi du tannage des cuirs, même si elles préfèreraient se spécialiser juste dans la fabrication des objets en cuir et acheter tout leur cuir déjà tanné. Les marges sur les produits sont d'environ 25 pour cent, mais vu que le volume est faible, cela représente environ 1 000 à 2 000 FCFA/jour; les salaires individuels mensuels sont relativement maigres.

Bien que ces classifications ne soient pas inamovibles, elles aident à créer un cadre pour analyser les besoins de chaque groupe et à placer un cadre autour du potentiel d'accroissement de l'activité des entreprises. Le premier groupe, et une partie du deuxième, sont les plus susceptibles d'obtenir une forme quelconque d'assistance.

Cordonniers

Les cordonniers et les maroquiniers sont généralement distincts, bien que quelques-uns soient entre les deux. Ce sont en général deux groupes d'entreprises, celles avec des aspirations naissantes et celles avec des réputations bien établies.

Les niveaux des investissements sont plus élevés dans la cordonnerie que dans la maroquinerie, mais principalement sous forme de chaussures. Pour beaucoup de cordonniers, cela représente un investissement notable, pouvant atteindre 150 000 FCFA, mais vu que c'est un article très divisible (coûtant actuellement 3 500 FCFA/paire), les cordonniers peuvent se les procurer progressivement. Du matériel, comme les outils pour couper le cuir ou les machines à coudre, qui ne sont pas divisibles, sont rares chez les cordonniers, bien qu'ils sous-traitent souvent la partie piquage de la fabrication de leurs chaussures.

Nous avons identifié un atelier de cordonnier équipé de plus de 1 million FCFA en machines d'occasion. Cet atelier emploie trois ex-employés de Bata, qui ont utilisé leur indemnité de licenciement comme capital de démarrage. Il fabrique une gamme de chaussures, de style Bata, dont la valeur dépasse 1,5 million FCFA par mois. Ces chaussures ne se distinguent pas des chaussures industrielles. C'est l'artisan le plus gros consommateur de cuir de la SBMC, représentant le tiers de toutes les ventes de la SMBC aux artisans et près de la moitié de ce que la SBMC vend à SINAC et IPC ensembles. Contrairement aux autres artisans, cet atelier n'est cependant pas au premier plan; il ne vend qu'aux grossistes/détaillants qui leur passent des commandes régulières. Avec moins de deux années d'existence, la principale contrainte de cette entreprise est son fonds de roulement et sa compréhension générale des activités financières. Elle sert de petite entreprise modèle, pour montrer, qu'avec une bonne gestion, ce type d'entreprise peut produire plus rentablement que les entreprises de taille plus importante et pourrait servir de base à une croissance industrielle à petite échelle solide et viable.

Forces dynamiques

Si des changements doivent se produire dans la filière, nous devons en examiner les forces dynamiques, pour nous permettre de comprendre le contrôle que nous pouvons exercer sur ces forces, et pour voir les possibilités dont nous disposons pour réaliser ces changements.

Demande

Marché mondial des peaux et des cuirs non tannés. La demande est la principale force dynamique dans la filière des peaux et cuirs au Burkina, à la fois au niveau de la matière première et à celui du produit fini. Les exportateurs de peaux et de cuirs sont des intervenants si petits qu'ils suivent les directives du marché et ne peuvent avoir aucun impact sur le marché pour le changer. Le marché mondial des peaux et cuirs est en baisse depuis ces deux dernières années et la crise du Golfe n'a fait qu'exacerber le problème. Heureusement pour le Burkina Faso, malgré sa petite place sur le marché mondial, qu'il est intégralement relié au marché par sa principale société exportatrice, la SBCP, avec sa partenaire SEP, qui a maintenu une position ferme pour les produits du Burkina au fil des ans. Le déclin du marché mondial est plus susceptible d'être préjudiciable aux pays voisins du Burkina, le Mali et le Niger, qui n'ont pas su maintenir une qualité et des approvisionnements réguliers. Il est possible qu'il continuera d'y avoir une évasion de peaux et de cuirs Maliens et Nigériens exportées via le Burkina.

Marché mondial des peaux et des cuirs tannés. Comme pour les peaux et cuirs non tannés, le marché mondial des peaux et cuirs tannés est aussi en baisse. Le Burkina sera en mesure de continuer à exporter des peaux semi-tannées par le canal de la SBCP/SEP, mais sa rentabilité ne justifiera probablement pas l'investissement nécessaire pour accroître la production ou pour améliorer le produit fini.

L'exportation des peaux tannées localement vers les pays côtiers a subi l'impact de la chute des prix mondiaux, elle continue toutefois à un niveau réduit grâce aux exportateurs les plus expérimentés. Les peaux semblent être compétitives du point de vue prix, mais leur qualité est irrégulière. On sait relativement peu de choses sur les canaux, sur la nature exacte de la demande des peaux du Burkina le long de la côte, ou sur la concurrence, mais il est probable qu'une expansion puisse être possible si on arrivait à améliorer la qualité.

La baisse de la demande internationale et la chute des prix font que plus de produits sont disponibles au niveau local. En ce qui concerne l'offre, il est difficile d'évaluer les véritables contraintes qui existent en périodes de pointe de la demande internationale.

Demande locale de maroquinerie. Etant donné que les produits du Burkina n'ont pratiquement pas de marché extérieur régulier, ils dépendent de la consommation locale créée par les touristes, les expatriés résidents et les Burkinabés plus riches, essentiellement les fonctionnaires. La partie du marché qui cible les touristes est généralement la partie bas de gamme, alors que les produits de première qualité sont réservés aux connaisseurs qui apprécient les meilleurs cuirs artisanaux. Une meilleure commercialisation des produits haut de gamme devrait entraîner une certaine augmentation des ventes.

Environ 75 000 personnes se rendent au Burkina chaque année, un chiffre qui augmente régulièrement depuis cinq ans.[16] S'ajoutant aux 2 000 à 3 000 expatriés résidents, ces touristes constituent une partie importante du marché des produits de la maroquinerie. Vu que ce marché n'augmentera pas beaucoup dans un avenir immédiat, une augmentation des ventes lui étant destinées dépendra d'une meilleure commercialisation et du développement de meilleures perceptions de la qualité.

Demande locale de chaussures en cuir. Au Burkina, il n'est pas bien clair qui est le chef de file du marché des chaussures en cuir, il semblerait toutefois que la production artisanale locale en ait accaparé une part plus importante ces deux dernières années. Cette tendance pourrait se poursuivre dans l'avenir immédiat, à mesure que le nombre d'artisans augmente et que la qualité des chaussures s'améliore. La débâcle du secteur moderne laisse une demande importante de chaussures en cuir non satisfaite que les artisans peuvent, plus que quiconque, satisfaire de manière plus rentable.

Bien que la production locale ne satisfasse pas la demande, il est probable que les importations frauduleuses des pays voisins continueront à faire concurrence à la production du Burkina. La majeure concurrence semble provenir des importations de chaussures synthétiques du Ghana. Toutefois, les Ghanéens ne sont pas capables de fabriquer des chaussures en cuir, laissant ce créneau grand ouvert aux artisans Burkinabés.

Avec le retrait de Bata de toute l'Afrique de l'Ouest, un vide s'est créé du côté de l'offre dans tout le continent. D'autres pays, comme la Côte d'Ivoire, ont été plus rapides pour combler ce vide. A mesure que leurs productions atteindront la capacité, les importations (légales ou illégales) provenant de ces pays augmenteront également pour satisfaire les besoins du Burkina.

Ce domaine est vraisemblablement celui qui offre le plus fort potentiel d'expansion par les artisans locaux. Etant donné les problèmes financiers et de gestion que connaissent SINAC et IPC, il est probable que des artisans qualifiés puissent accaparer et maintenir les créneaux de marché du fait de leurs coûts moins élevés et de la qualité comparable à celle des produits manufacturés.

Autres produits. Au Burkina, le travail du cuir a été canalisé vers des objets assez traditionnels et peu de nouveaux produits ont été développés, comme les revêtements de fauteuils, les blousons, les articles de sport et autres accessoires. On ignore la demande de ces produits, mais elle pourrait être notable, comme c'est le cas pour les ballons de football fabriqués par les bourreliers de Koungoussi. La création de la demande pour ces articles nouveaux demeure un défi à soulever.

Innovation technologique

L'innovation technologique est importante pour augmenter la quantité ou pour améliorer la qualité et la gamme des produits fabriqués. Un corollaire est qu'une production accrue et une meilleure qualité peuvent entraîner une réduction des coûts, d'où une augmentation des ventes. A l'heure actuelle, il y a cependant un excédent de produits, aussi, tout effort préliminaire au niveau technologique pourrait mettre l'accent sur l'amélioration de la qualité, ce qui pourrait mener à une augmentation des ventes.

---

[16] Ministère du Tourisme.

Techniques de tannage. Le tannage semble offrir le plus fort potentiel pour améliorer la qualité du produit en utilisant des technologies améliorées. Ceci ne signifie pas nécessairement de nouvelles technologies, mais plutôt le transfert des technologies existantes entre régions, si cela est faisable. La technique de tannage à Kaya semble être la meilleure technique qui soit au Burkina, les peaux de Kaya sont les plus chères. Ainsi, peut-on admettre sans risque que si la technique et la qualité pouvaient être reproduites ailleurs, on pourrait améliorer la qualité des peaux.

Compétences techniques. Les maroquiniers utilisent des techniques traditionnelles, et peu nombreux sont ceux qui ont reçu une formation formelle. Cela est le plus apparent dans le contraste entre les ateliers qui attirent la qualité haut de gamme. La seule infusion de technologie nouvelle, au niveau manuel, provient du centre d'apprentissage des handicapés de Tenganado, qui a formé 25 artisans. Il n'est pas surprenant de noter que presque tous les ateliers de maroquinerie d'Ouaga sont gérés avec succès par des diplômés de ce centre.

Esthétique et conception de produit. Ce sont des éléments importants pour essayer de créer de nouveaux marchés. On ne note aucune infusion de nouvelles idées ou de nouveaux produits. C'est manifeste aussi bien au niveau des cordonniers qu'à celui des maroquiniers.

Equipement. Bien qu'il soit manifeste à presque tous les niveaux de la production artisanale, le manque d'équipement n'a pas posé de problème majeur car les artisans ont rarement des contraintes de temps pour finir leur travail et ils travaillent rarement à plein temps. L'équipement peut simplifier certaines tâches, mais il ne fait pas baisser le coût des produits. Il ferait plutôt très probablement augmenter le niveau des coûts fixes, alors que son utilisation est occasionnelle, et donnerait aux artisans encore moins de temps libre.

Techniques de commercialisation. Bien qu'elles soient rarement considérées comme une technologie, c'est une compétence qui fait complètement défaut à la maroquinerie et à la cordonnerie. La technique utilisée n'est absolument pas synchronisée avec l'augmentation des ventes et représente l'élément primordial qui doit être modifié si l'on veut accroître l'activité de la filière. Les meilleurs producteurs n'utilisent aucune technique de commercialisation; ils attendent plutôt que les commandes viennent à eux et ne font rien pour créer une demande pour leurs produits. Les seuls qui comprennent vraiment ces techniques sont les négociants des produits de l'artisanat, qui sont rarement impliqués au niveau de la production (bien que certains aient un pool d'artisans qui produisent pour eux).

Problèmes de fourniture d'intrants

Aux niveaux du tannage et de la production, l'offre globale d'intrants n'est généralement pas une majeure contrainte à l'heure actuelle. La mauvaise qualité des peaux écrues destinées aux tanneurs représente un problème au premier abord, bien que les artisans affirment pouvoir se procurer de bonnes peaux s'ils sont disposés à en payer le prix. En fait, à Bobo, on trouve même des peaux toutes prêtes du Nigéria et du Mali, que les artisans considèrent de qualité supérieure.

Si la demande de produits en cuir de qualité devait augmenter de manière significative, l'offre de peaux de première qualité, à son niveau actuel, serait un problème, mais cela ne s'est pas encore produit. S'il y avait un changement du marché (augmentation notable), les prix devraient alors changer pour refléter une demande accrue de peaux tannées de qualité, menant vraisemblablement à une augmentation de l'offre.

En ce qui concerne le cuir, une contrainte pèse sur les besoins de l'industrie des chaussures. Si les artisans locaux devaient accroître leur production et améliorer leur qualité, il y aurait une plus forte pression sur la SBMC pour produire une gamme de cuirs finis qui puisse la satisfaire. Ceci deviendrait une majeure contrainte. Par ailleurs, le prix du cuir de la SBMC est élevé par rapport aux cours mondiaux. Cela met l'industrie locale, dont la grande partie dépend du cuir de la SBMC, dans une position désavantageuse par rapport à certaines importations, particulièrement celles des chaussures artisanales des pays côtiers.

OPPORTUNITES D'EXPANSION POUR LA FILIERE

L'analyse ci-dessus fait apparaître plusieurs opportunités d'expansion, en particulier au niveau de la maroquinerie et de la cordonnerie.

Compétences et techniques locales de commercialisation améliorées

Comme noté, le Burkina produit certains cuirs de première qualité. Pourtant, les artisans ne fabriquent presque que sur commande, et très peu pour une vente éventuelle. Le facteur contradictoire est que les artisans qui ne travaillent que sur commande sont pour la plupart ceux qui résident dans des endroits éloignés, perdus dans les quartiers, ou vivant et travaillant dans des petits villages distants des marchés. Cette approche de la commercialisation doit changer si l'on veut que la filière se développe quelque peu. Rendre les produits plus visibles et plus accessibles au public entraînera très probablement une augmentation des ventes. Il n'y a eu aucun effort systématique pour amener les produits de première qualité au canal commercial structuré, à part le commerce des produits bas de gamme visant les touristes.

Considérant l'intérêt du GDBF de prévenir l'exode rural, une solution commerciale doit être trouvée, qui permettra aux artisans de maintenir leurs lieux de travail actuels, sans les forcer à se réinstaller dans des ateliers plus visibles.

Expansion du marché par l'augmentation des exportations

La capacité de tester le marché est cruciale si l'on veut développer des liens réguliers avec les marchés extérieurs. A ce jour, toute la commercialisation-test a été faite soit par les artisans individuels, soit par les rares expatriés qui essaient de vendre quelques sacs dans leurs pays, soit par des négociants d'art africain. Il n'y a eu aucun effort systématique pour développer les marchés extérieurs en fournissant des produits finis de qualité supérieure aux négociants d'autres pays pour voir s'ils se vendent, ou en puisant des les canaux d'exportation traditionnels.

Si cela marche, on abordera alors les problèmes suivants découlant de la nécessité d'avoir des produits en quantité suffisante et de qualité acceptable.

Diversification de la production

La diversification de la production pour créer de nouveaux produits, au-delà des simples sacs et articles pour touristes fabriqués en série, présente une possibilité réelle d'expansion. Toutefois, le marché de ces produits doit être bien identifié et les compétences développées. Les articles principaux sont le prêt-à-porter (vêtements et blousons) et d'autres accessoires ou articles de sport (ballons de football). Certains sont déjà fabriqués en quantité limitée, mais ne sont pas près de capter le marché potentiel.

Le prêt-à-porter est un créneau de qualité supérieure/prix élevé, aussi, la meilleure approche peut être celle de l'associer à d'autres articles produits à Ouaga (robes ou vêtements dernier cri). Ceci impliquera une courbe d'apprentissage, mais les artisans peuvent vraisemblablement s'adapter. La qualité, le style et le modèle sont critiques à ce niveau. Ils dépendront fortement de la qualité du cuir tanné disponible et des compétences des artisans et de leur sens de l'esthétique. L'imitation sera le meilleur moyen d'apprendre; les artisans doivent cependant être prêts à voir bon nombre de leurs premières tentatives vouées à l'échec avant d'atteindre la qualité requise pour commencer à réussir à développer ce marché.

La fabrication des articles de sport et autres accessoires demandent aussi des compétences. Une enquête a été faite, mais n'a pas été appuyée par l'assistance nécessaire.

Technologie de tannage améliorée

Répandre l'emploi de techniques locales de tannage améliorées rendra les peaux du Burkina plus compétitives au niveau régional, et améliorera la qualité des peaux utilisées par les maroquiniers locaux.

INTERVENTIONS A EFFET DE LEVIER

Dans l'approche de filière de la croissance économique, le concept d'interventions à effet de levier est un élément fondamental. Ce concept est expliqué en profondeur dans la documentation,[17] mais repose sur la question fondamentale de savoir comment obtenir le plus fort impact (croissance de la filière) avec les ressources limitées qui sont disponibles. Les interventions à effet de levier sont celles qui atteignent le plus grand nombre d'intervenants au moindre coût, généralement en identifiant les noeuds où l'innovation technologique peut le plus facilement avoir lieu, ou bien où l'on peut atteindre le plus grand nombre de bénéficiaires avec le moins d'interventions concentrées.

Regroupement géographique

Mettre l'accent sur des zones où se trouvent déjà de fortes concentrations de bénéficiaires permet d'obtenir la couverture la plus étendue. Cela serait particulièrement efficace pour transférer les technologies améliorées de tannage, parce qu'ils sont regroupés juste dans quelques villages. Les tanneurs sont concentrés dans deux provinces (assez curieusement elles sont différentes de celles où sont

[17] Voir Boomgard, et al. (1986, 1991), Haggblade et Ritchie (1991).

concentrées les tanneuses), où ce travail est essentiellement leur activité secondaire; il y a aussi une forte concentration de tanneurs, pour lesquels c'est une activité primaire, à Ouaga et à Bobo.

Principaux intervenants : les gros négociants en peaux intégrés

Comme noté, on ne trouve que quelques gros négociants en peaux dans chacun des centres principaux de tannage : Kaya, Tema et Pouytenga. Ces négociants, quatre ou cinq par ville, interviennent à tous les niveaux, traitant avec les bouchers, les tanneurs, les maroquiniers et les marchés étrangers de Lomé et d'Abidjan. Ils donnent du crédit-fournisseur à de nombreux maroquiniers et connaissent la qualité des artisans avec lesquels ils traitent. Par exemple, plutôt que de chercher à fournir du crédit directement aux maroquiniers individuels, il serait beaucoup plus efficace de donner les fonds aux principaux négociants, fonds qu'ils feraient ensuite passer aux artisans de leur choix. Ces négociants peuvent aussi jouer le rôle susmentionné, celui d'identifier de nouveaux créneaux de marché, et une assistance spécifique pourrait leur être utile pour développer ces marchés.

Négociants se spécialisant en produits finis

Il existe déjà quelques groupes ayant des relations bien établies avec les marchés extérieurs : les négociants en produits de l'artisanat. Néanmoins, vu que ce commerce est en général considéré illégal, on en sait très peu de choses. Et pourtant ce sont les négociants qui sont le plus aptes à avoir un impact durable sur le marché. Ils ont souvent des contacts réguliers avec des douzaines d'artisans, achetant leurs produits avec régularité. Travailler avec quelques-uns donnerait accès à un grand nombre d'artisans parmi les plus productifs aux niveaux du tannage et de la maroquinerie (comme avec les négociants en peaux susmentionnés). Ils peuvent être le principal indicateur des prix aux producteurs, leur indiquant quels produits sont demandés et comment améliorer la production.

Entreprises chefs de file : les ateliers

Le sujet de plainte que l'on entend toujours est qu'il y a beaucoup trop d'imitation en Afrique. C'est une occasion idéale de l'utiliser pour aider à développer un nouveau marché. En travaillant avec quelques entreprises chefs de file bien choisies, on pourrait identifier les marchés et les clients initiaux ou développer de nouvelles gammes de produits, que tous les autres artisans Burkinabés pourraient ensuite chiper.

Quelques entreprises ont déjà démontré d'être chefs de file dans ce domaine. L'assistance devrait les cibler, vu qu'elles ont souvent la plus grosse capacité existante et sont les plus disposées à innover. En particulier, elles sont les sources d'approvisionnement les plus probables si l'on veut développer un marché extérieur. Elles seront celles les plus capables de produire des articles de qualité à la mode, si l'on veut se lancer dans ce domaine. On doit aussi rechercher et développer de nouvelles approches de commercialisation locale; ces entreprises seront probablement aussi les plus à même d'approvisionner les canaux de distribution, du moins à court terme.

Un avantage d'utiliser l'approche du chef de file est le financement de la courbe d'apprentissage pour le groupe tout entier. Bien que peu d'entreprises puissent en bénéficier dans l'immédiat, l'information qui est produite et les nouveaux marchés qui sont ouverts seront à la disposition de tous.

Changement de la politique du gouvernement

Etant donné que relativement peu de politiques du gouvernement ont un impact sur cette filière, son intervention est limitée. Néanmoins, on a clairement besoin d'une approche générale efficace du gouvernement pour assister les artisans, approche qui est basée sur leurs intérêts financiers et sur l'assistance dans le domaine de la vente et de l'exportation des produits, plutôt que sur de simples discussions à cet égard. Plusieurs groupes essaient simultanément de mettre sur pied de tels programmes; hélas, les solutions semblent se trouver dans la manière d'agir traditionnelle du gouvernement, qui n'est pas adaptée pour prêter assistance aux entrepreneurs privés.

ANNEXE B

LE SOUS-SECTEUR DU TISSAGE AU BURKINA FASO

ANNEXE B

LE SOUS-SECTEUR DU TISSAGE AU BURKINA FASO

GENERALITES

La présente section se propose de faire l'analyse du sous-secteur du tissage à travers les différents circuits de production, de la base (i.e., production de la matière première) au sommet (i.e., commercialisation du produit fini). L'analyse portera sur les dynamiques qui existent entre les différents processus de production aboutissant à des marchés différents.

Le dictionnaire[1] défini le terme tissage comme étant l'action d'entrelacer des fils de chaîne (en longueur) et des fils de trame (en largeur) pour fabriquer une étoffe. Ainsi, pour nous, le sous-secteur du tissage (dans cette analyse) englobera, comme nous l'avons dit plus haut la production de la matière première (le fil) pour s'arrêter au niveau de la réalisation du pagne tissé et sa commercialisation. Les autres étapes qui suivent la production du pagne sont à regrouper dans le sous-secteur confection / habillement.

IMPORTANCE DU SOUS-SECTEUR

L'Emploi

Compte-tenu du fait que 91% de la population Burkinabè est rurale, un nombre très élevé de personnes interviennent dans le sous-secteur. La répartition suivante peut être faite:

Collecte & Egrenage du coton	
- Industriel:	1 906 personnes, dont 816 permanents (1988-89)
- Traditionnel:	20 488 personnes[2].
Filage	
- Industriel:	744 personnes
- Traditionnel:	173 890 personnes dont 6 197 en activité principale
Teinture:	4,293 pers, dont 471 en activité principale.

[1] Voir Dictionnaire de la Langue Française - Tome II, Editions Bordas, Paris, 1976, p.2941

[2] Ce chiffre est tiré du recensement général de la population qui a eu lieu en 1985. Selon nos estimation, environ 60% des fileuses qui exercent cette activité à temps plein égrainent le coton qu'elle achètent ou cultivent; à cela, il faut ajouter environ 10% des fileuses qui travaillent en activité secondaire.

Tissage

- Tisseuses: 12,030 pers. dont 3,875 en activité principale
- Tisserands[3]: 76,178 pers. dont 6,036 en activité principale

Nous pouvons estimer qu'environ 289 559 personnes sont partie prenante dans le sous-secteur du tissage. La filière du tissage représente ainsi celui qui emploi plus de ressources humaines que n'importe quel autre secteur de transformation au Burkina.

Le Marché

Le sous-secteur du tissage au Burkina Faso produit trois différents types de produits finis. Les tissés traditionnels (le dan fani), les tissés modernes artisanales (le faso dan fani) et les imprimés. En gros, la production de ces trois produits comptent pour à peu près 15 milliards de FCFA. Sans chiffre officiel, les experts du sous-secteur estiment que le marché global pour les tissues est égal à environ 25[4] milliards FCFA, alors la production locale réalise plus que la moitié.

Les Tissés

Le Tissé Traditionnel et les Couvertures. Ce type de tissé (le dan fani) se fabrique surtout dans les zones rurales où les femmes constituent la clientèle première. Ces pagnes semblent avoir un marché assez stable. D'après Stoupy, la production des pagnes et couvertures à base des fils traditionnels dépasse 7 milliards de FCFA, dont 1.7 milliards de FCFA pour le fil.

Le Faso Dan Fani. Suite au décret portant obligation du port de tenues traditionnelles à l'occasion des manifestations officielles (passation de service, réception, mariage, cérémonies officielles, etc.), la nécessité de créer un tissé beaucoup plus moderne s'est fait sentir. C'est ainsi que naquit en Mars 1986 une unité de commercialisation des pagnes tissés par les femmes. Cette unité, nommée Faso Dan Fani après le nom donné aux pagnes du pays, travaille en concurrence avec d'autres unités organisées telles que l'Unité Artisanale de Production (UAP) Godé, la COPAFO, etc. De plus, ces unités sont fortement concurrencées par leurs tisseuses qui tissent individuellement pour vente à des commerçants.[5]

De prix, les faso dan fani se trouvent dans la niche du marché la plus chère, la même niche du marché traditionnellement occupée par les bazins et les wax importés. Compte-tenu du coût très élevé, la clientèle du faso dan fani est essentiellement urbaine et axé sur les fonctionnaires. Sans avoir la réputation de ces autres produits, avec le relâchement du port du faso dan fani après les évenements du

---

[3] La distinction entre tisseuses et tisserands s'impose dans la mesure où d'une part les tisseuses utilisent exclusivement du fil industriel alors que les tisserands utilisent aussi bien le fil industriel que le fil traditionnel. D'autre part, le marché des produits des tisseuses est généralement urbain.

[4] Ce chiffre représente la valeur du produit avant que les marges des détaillants soit calculés.

[5] Il est important de distinguer entre le dan fani qui est la tenue traditionnelle burkinabè, le faso dan fani, qui est le dan fani moderne, le Faso Dan Fani qui est la structure parapublique de promotion et de commercialisation du faso dan fani, et Faso Fani qui est l'usine textile.

15 octobre 1987, le marché s'est considérablement réduit. Alors, on assiste aujourd'hui à un sérieux problème d'écoulement.

Le marché global pour le faso dan fani était éstimé à près de 3,5 milliards de FCFA par an en 1987, avant que le marché l'ait lâché. La plus grande portion du marché reste, mais elle est surtout fournit par les tisseuses individuelles au lieu de par les sociétés. Pour produire ces faso dan fani, le Faso Fani a vendu du fil pour 1,600 millions de FCFA.

Les Tissés Industriels. Dans le but de diversifier ses produits, l'usine textile Faso Fani produit des pagnes tissés et des couverture. Ces tissés sont produits pour concurrencer les faso dan fani, mais n'ont jamais dépassé 500 Millions de FCFA de ventes. Pourtant leur prix est beaucoup plus bas que les faso dan fani tissé à la main.

Les Imprimés

Les imprimés représentent le deuxième type de produit fini, et sont l'exclusivité de Faso Fani. En 1989, la production des imprimés représentait 75% du chiffre d'affaires de l'usine soit environ 3,375 millions de FCFA.

Les imprimés (appelés aussi fancy) sont commercialisés à l'intérieur du pays et dans les pays voisins. Il est très interessant de noter que, malgré le fait que les imprimés n'ont pas de rapport au point de vue prix avec les faso dan fani, le marché de fil pour fabrication de faso dan fani et le marché pour les imprimés ont une relation inverse (voir Figure B-1 pour l'évolution du Marché de Faso Fani).

FONCTIONS ET TECHNOLOGY DU SOUS-SECTEUR

Les acteurs du sous-secteur tissage peuvent être regroupés dans les fonctions suivantes:

Le Filage

Le filage est l'ensemble des activités qui permettent de transformer la matière première (ex., coton) en fils à tisser. Comme mentionné plus haut, deux types de fils sont produits au Burkina Faso: Le fil industriel, et le fil traditionnel.

Le Filage Industriel

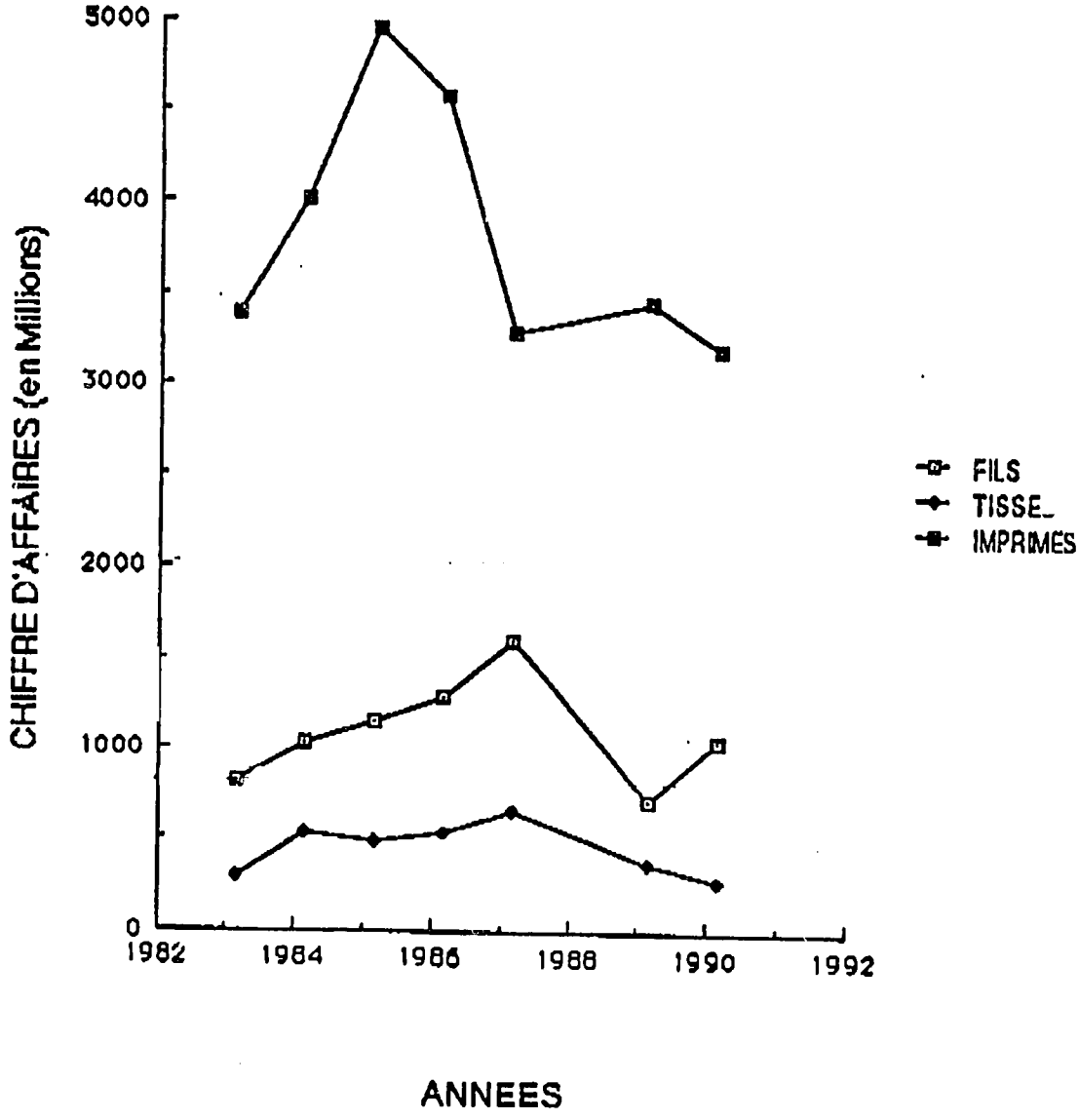
Il y a une seule usine de filature-tissage, Faso Fani. Elle reçoit le coton égrené de la Sofitex au prix mondial. Annuellement, la Sofitex vend en moyenne 1000 tonnes de coton égrené à Faso Fani[6]. Le coton livré par la Sofitex est stocké dans des magasins où il est soumis à un conditionnement d'atmosphère humide pour faciliter le travail de la fibre. A ce niveau, un batteur permet de confectionner des rouleaux de coton, qui est ensuite transformé en ruban de coton par des machines à carder. Faso Fani possède 11 métiers à filer qui lui permettent de produire 5 qualités de fil.

---

[6] Le coton utilisé est d'origine locale. Il n'existe pas d'importation de coton au Burkina Faso.

FIGURE B-1

MARCHE DES PRODUITS DE FASO FANI (en Millions Fcfa)



Faso Fani emploi envers 744 personnes, et a commercialisé du fil en 1989 pour environ 15 pourcent de son chiffre d'affaires, soit 825 millions de FCFA, une baisse de presque 50 pourcent des années reines du faso dan fani. L'usine produit des fils blancs et noirs plus d'autres couleurs, discutés ci-dessous.

Le Filage Traditionnel

Le filage traditionnel est assuré généralement par des personnes âgées qui, de par leur conditions physiques, ne peuvent plus participer activement aux travaux champêtres. Le fil traditionnel est épais, n'est pas d'une epaisseur uniforme, et se casse plus facilement que le fil industriel.

Les fileuses achètent le coton égrené ou non égrené sur la place du marché, ou encore directement des champs. Le coton acheté des champs est égrené manuellement par les fileuses à l'aide d'une bouteille ou d'une barre de fer, puis, parfois, cardé[7]. Les rubans de coton obtenu par le cardage sont filés manuellement à l'aide d'une bobine de moins de 30 centimetres de long qu'elles tournoient entre leurs doigts. La technologie utilisée est parmis la plus archaïque du monde. Une fileuse met environ trois à quatre jours pour produire le fil nécessaire pour la confection d'un pagne, avec une valeur d'environ 600 FCFA.

Dans le milieu rural, les fileuses produisent le fil traditionnel à la main, qui est vendu aux tisserands, et au teinturières. D'après nos calculs cités plus haut, nous estimons que le chiffre d'affaires pour ce qui est du fil traditionnel serait de 1.7 milliards de FCFA en 1990 pour le 168,000 femmes qui s'en occupent.

La Teinture

On note trois sortes de teintures: la teinture industrielle, la teinture "semi-industrielle" et la teinture traditionnel (indigo).

La Teinture Industrielle

La teinture industrielle se fait à deux niveaux:

- les fils fabriqués par Faso Fani sont teints avec plusieurs couleurs. Faso Fani expérience des problèmes avec la teinture qu'elle utilise dans la mesure où la meilleure teinture coûte très chère, et entrainerait des coûts beaucoup plus élevé pour les produits finis. C'est ainsi que Faso Fani a choisi d'utiliser de la teinture d'un prix abordable, mais qui aurait une resistance acceptable.

- les pagnes tissés (cretonne) sont teints (imprimés) dans l'atelier de dessin, où des motifs qui ornent les pagnes sont réalisés.

---

[7] Le coton est cardé manuellement à l'aide de brosses garnie de pointes métalliques qui permettent de peigner le coton et le rendre léger.

La teinture "semi-industrielle"

Pour confectionner les pagnes tissés (le faso dan fani), les teinturières se procurent le fil teint de Faso Fani, mais aussi le fil blanc qu'elle teignent à l'aide de produits chimiques achetés sur la place du marché. La teinture se fait aussi sur les pagnes importés (le bazin); le coût de la meilleure teinture qui provient du Mali est très élevé.

La teinture Traditionnelle

A ce niveau, la teinture se fait en deux étapes:

- la première est la teinture du fil traditionnel qui se fait à l'aide de la combinaison d'un produit chimique (l'indigo) acheté et des feuilles qui servent d'adhésifs. Les teinturières achètent les fils chez les fileuses, ou chez des revendeurs. Le coût de la teinture suffisant pour le tissage d'un pagne s'élève à 300 FCFA.

- la deuxième est la teinture du produit fini qui consiste à teindre les pagnes tissés pour leur donner une coloration plus foncée. Cette deuxième teinture se fait avec la combinaison d'indigo et de feuille. Pour cette deuxième étape la teinturière perçoit 200 FCFA. La teinture traditionnelle permet d'obtenir essentiellement deux couleurs: le bleu clair et le bleu marine (ou bleu foncé), en fonction du temps de trempage dans la solution. Si l'on considère qu'en moyenne une teinturière exécute les deux étapes sur 10 pagnes (par mois), l'on peut conclure qu'elle fait 12 000 FCFA par mois et donc 144 000 FCFA par an. Le chiffre d'affaire pour la teinture s'élèverait ainsi à 573 millions de FCFA; la valeur ajoutée à ce niveau est de 286 millions de FCFA.

Le Tissage

Le Tissage Industriel

Le tissage industriel donne les imprimés (le fancy) et les tissés de Faso Fani. Les machines de Faso Fani datent depuis les années 1960 et sont vieilles par rapport à leurs concurrents dans les pays voisins. Ces pagnes sont les moins chers sur le marché, mais aussi les moins résistants.

Le Tissage du Faso Dan Fani

Le tissage du faso dan fani est exécuté uniquement par les femmes. Ici, le tissage se fait sur des métiers simples qui coûtent 40 à 50 000 FCFA (5 bandes par pagne) ou sur des métiers à peignes (avec ou sans tambour) d'un coût d'environ 100 000 FCFA (deux bandes par pagne). Le tissage du faso dan fani est à 100% réalisé par des tisseuses qui utilisent exclusivement le fil de Faso Fani ou importé[8]. En moyenne, une tisseuse à temps plein met une journée pour terminer un pagne.

---

[8] Le seul fil importé au Burkina d'une qualité utilisable par les tisseuses sont les fils brilliants qui sont mélangés avec fils Faso Fani.

Le Tissage Traditionnel

Alors que dans les grands centres urbains, le tissage est surtout dominé par les tisseuses, dans les milieux semi-urbains et ruraux le tissage est fait par les tisserands qui tissent aussi bien le fil traditionnel que le fil de Faso Fani. Dans certaines localités, le tissage est réservé à une caste; c'est le cas de Dédougou, où seuls les griots se livrent à la profession, et à Bobo-Dioulasso où le métier de tisserand est entièrement dominé par les immigrés du Mali. Le tissage se fait sur des métiers traditionnels, et le produit n'est pas toujours de très bonne qualité. Il faut 12 à 14 bandes pour confectionner un pagne. L'épaisseur du fil traditionnel restreint la largeur de chaque bande, exigeant plus de bandes par pagne, ainsi que plus de temps.

La Commercialisation

La commercialisation des produits finis du tissage se fait soit par des grossistes agrées auprès de Faso Fani, soit par les structures telles que Faso Dan Fani, l'UAP Godé, la COPAFO, ou soit par des commerçants/revendeurs qui achètent les pagnes tissés chez les femmes pour les revendre sur la place du marché. Il faut aussi souligner que ea partie du circuit de commercialisation du dan fani est contrôlée surtout par les fileuses et les teinturières.

PRODUCTION DU SOUS-SECTEUR TISSAGE

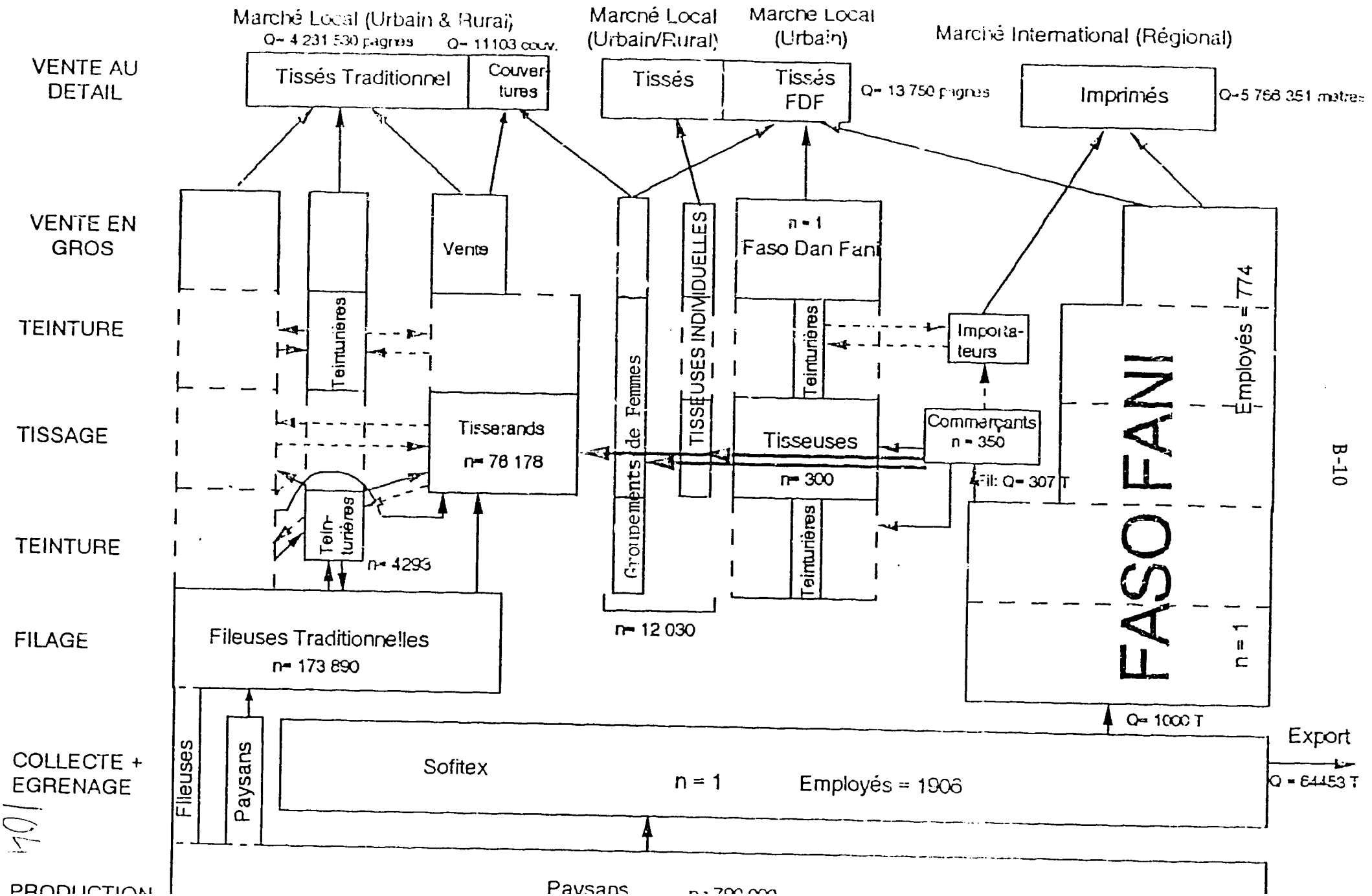
Schéma analytique du Sous-Secteur

A travers le schéma (Figure B-2), nous remarquons l'existence de cinq (5) chaînes de production et de commercialisation dans le sous-secteur du tissage au Burkina Faso. Ces cinq chaînes de production engagent les services de plusieurs acteurs. Le schéma trace verticalement les séquences des différentes fonctions qui sont exécutées dans chaque chaîne de production. Le tout commence avec l'acquisition de la matière première (bas du schéma) et se termine par la livraison du produit fini, à travers un processus qui opère des transformations de la matière première à chaque stade de production.

A chaque stade de production, nous notons la présence d'un certain nombre d'acteurs qui exécutent un certain nombre de tâches précises. Par exemple, nous commençons avec l'usine d'égrenage de coton (Sofitex) qui collecte le coton auprès des paysans, le traite et le livre à Faso Fani. Dans cet exemple, l'intervention de la Sofitex se limite à la collecte et l'égrenage du coton. En même temps, les fileuses traditionels font aussi l'égrenage et le cardage du coton avant de le filer.

FIGURE B-2

CARTE DE LA FILIERE DU TISSAGE



Chaîne de Production 1: Production Traditionnelle

La production traditionnelle de produits finis dans le sous-secteur du tissage engage un nombre complexe d'acteurs et de relations avec plusieurs alternatives. Le coton est égrené et cardé puis filé par la fileuse; le fil ainsi obtenu est teint par la teinturière, tissé par le tisserand puis éventuellement teint une deuxième fois par la teinturière et commercialisé. C'est toujours le même processus sauf que le contrôle du processus peut varier.

La fileuse contrôle le processus. C'est-à-dire de l'achat de la matière première à l'écoulement du produit fini. Dans ce cas précis, la fileuse se procure le coton, s'occupe du filage, donne le fil à teindre, le récupère, le donne à tisser, le récupère à nouveau pour le donner à teindre une seconde fois, et enfin le vends aux femmes du village. Lorsque le processus est contrôlé par la fileuse, la production est caractérisée d'une utilisation quasi-totale de fil traditionnel. On note aussi une production en petites quantités, résultat de l'utilisation d'une technologie très peu adaptée à la production de masse.

Souvent la fileuse contrôle le processus parce que c'est la seule façon qu'elle puisse gagner suffisemment d'argent. Si elle doit acheter le coton pour filer à 300 FCFA, elle ne perçoit qu'environs 300 FCFA de bénéfice pour le fil nécessaire pour un pagne (environs deux journées complètes de travail).

La teinturière contrôle le processus. Ici, la teinturière achète le fil sur la place du marché, le teint et le donne à tisser. Contre une rémunération, elle récupère le pagne tissé qu'elle teint à nouveau et le livre au commerçants qui se chargent de la vente en détail.

Le tisserands contrôle le processus. Le tisserand achète le fil sur la place du marché (dans certaines régions, le fil est fourni par les femmes de la cour). Il tisse les pagnes qu'il donne à teindre. Une fois les pagnes teints, il les récupèrent contre paiement et les commercialise, souvent de maison en maison.

Pour des raisons de liquidité financière, la majeure partie des tisserands et teinturiers préfèrent se transformer en agents de "prestation de service", de tisser et teindre les pagnes et percevoir une rémunération auprès des fileuses et teinturières au lieu de chercher à commercialiser les produits finis.

Le pagne tissé sur le métier traditionnel se vend entre 1,750 FCFA et 2,500 FCFA. Dans ça il y a du coton pour 300 FCFA (deux fois le prix du Sofitex) qui est filé pour une valeur de 600 FCFA (2 jours). Les services de tissage remontent à 750 FCFA (deux jours) et la teinture varie entre 200 et 1,000 FCFA. Les couvertures, elles, se vendent entre 3,500 et 20,000 FCFA. La valeur ajoutée pour la confection d'une couverture est calculée étant de 23%.

Chaîne de Production 2: Les Coopératives

Dans cette chaîne de production, les tisseuses s'organisent en groupements ou coopératives pour la commercialisation de leur produits.

Le travail est contrôlé par les coopératives; les tisseuses et teinturières ne sont en fait que des employées de la coopérative qui sont rénumérées selon le nombre de pagnes tissés. Au nombre de ces coopératives, nous pouvons citer l'UAP Godé, la COPAFO, le Centre des Hancicappés de Goundi, etc.

De façons générale, les coopératives ont des buts sociales aussi bien qu'économique. En d'autres termes, ces centres et coopératives ne fonctionnent pas avec pour objectif premier de faire de l'argent, mais plutôt d'apprendre aux membres un métier. Ici, la coopérative achète le fil, les femmes tissent, sont payés par le nombre de pagnes tissés (en moyenne 400 FCFA par pagne). Il revient à la coopérative de trouver les voies et moyens pour écouler les produits finis ainsi stockés. Le fil utilisé est exclusivement du fil de Faso Fani (sauf dans le cas d'une seule coopérative de fileuses qui achète du coton brut au Faso Fani).

Les pagnes tissés se vendent, dans les coopératives ou groupements, entre 3000 et 5000 FCFA selon la qualité. Cependant, les tisseuses fournissent les pagnes aux coopératives contre une rémunération qui varie entre 2250 et 3250 par pagne, dont elle a acheté le fil pour au moins 2,000 FCFA. Donc, une tisseuse commerciale touche environs 250 FCFA pour un pagne qui lui aurait pris une journée à tisser. Dans les coopératives et les UAPs, les tisseuses touchaient dans les 7,000 FCFA par mois.

Chaîne de Production 3: Les Tisseuses Individuelles

Ici, des femmes qui ont appris à tisser soit dans des centres ménagers, ou auprès de leurs amis et/ou voisines, achètent le fil Faso Fani sur la place du marché, tissent les pagnes qu'elles livrent à des commerçants qui eux se chargent de la vente. Les pagnes dans cette chaîne sont de moindre qualité, mais de prix abordable, parce qu'elles ont utilisés moins de fil. Ainsi, les pagnes peuvent se vendre à 1800 FCFA.

Chaîne de Production 4: Faso Dan Fani

Faso Dan Fani est une structure étatique (parapublique) chargée de la commercialisation et de la promotion du faso dan fani qui représente une conception de l'habillement traditionnel transposée en milieu urbain (moderne).

Crée en 1986, Faso Dan Fani contracte les services de tisseuses qui lui fournit les pagnes tissés selon des modèles et motifs pré-établis. Ces femmes sont en retour payées lorsque Faso Dan Fani a écoulé les pagnes. En moyenne, chaque femme perçoit 300 pour chaque pagne tissé. Faso Dan Fani travaille avec 7 groupements de femmes qui se trouvent un peu partout dans le pays. Chaque groupement est organisé autour d'un interlocuteur qui reçoit les commandes, gère la repartition des tâches et les paiements; cette personne est dans la plupart des cas la teinturière.

Les tisseuses utilisent exclusivement du fil de Faso Fani. Elles achètent leurs fils (en moyenne 14 echéveaux de fils pour tisser un pagne; un paquet de fil compte 12 echéveaux), tissent les pagnes et les livrent à Faso Dan Fani qui se charge de la vente. Faso Dan Fani exerce un contrôle strict de la qualité à la fois du modèle et du tissage, cela afin de vendre son pagne plus cher.

Le canal 4 est comparable au canal 2, se différenciant principalement par la relation entre les tisserands et l'entreprise.

Chaîne de Production 5: Production Industrielle

L'usine Faso Fani produit les produits finis qui sont les imprimés, les tissés, et les déchets de fabrication (serviettes, des compresses, des nappes de table, etc.).

Elle est fournie en coton égrené par la Sofitex. Ce coton est traité, carder, puis filé par des métiers à filer. A ce stade, Faso Fani dispose de fils de plusieurs qualités qui est un produit intermédiaire vendu aux tisseuses, teinturières et tisserands par les commerçants. Les mêmes fils sont utilisés par Faso Fani pour la fabrication des produits finis cités plus haut.

Le pagne tissé industriellement est en général plus léger et de qualité inférieure au faso dan fani. Il a une armure toile beaucoup plus large, et n'a qu'une seule bande par rapport aux 5 à 8 bandes du faso dan fani traditionnel. Du fait de la légèreté de son tissage et des économies dérivant de l'intégration verticale de Faso Fani, il coûte moins cher que le faso dan fani.

LA DYNAMIQUE ENTRE CHAINES DE PRODUCTION

Il faut souligner qu'il existe une interdépendance entre les différentes chaînes de production: le fil de Faso Fani est utilisé par presque la totalité des chaînes de production pour le tissage. Ainsi, le prix fixé par Faso Fani pour le fil a un impact sur le coût de production, sa concurence avec les autres produits, et donc sur l'écoulement du produit.

Le Marché

Dans la mesure où les produits finis du sous-secteur représentent des biens de première nécessité, il existe un marché certain. Mais dans quelle direction se dirige ce marché, et quels sont les interactions entre les marchés des trois tissus Burkinabé?

Le Marché du Tissé Traditionnel

En milieu rural le tissé traditionnel s'écoule relativement bien; mieux que dans les zones urbaines. Compte-tenu des prix hors de portée du faso dan fani, le marché rural est dominé par les imprimés et le tissé traditionnel. Il faut souligner que pour des raisons de traditions, les femmes dans les zones rurales préfèrent les pagnes tissés traditionnels aux autres pagnes. Par exemple, dans certaines régions (centre et centre-nord du pays), il est obligatoire de constituer, pour la nouvelle mariée un panier de pagnes traditionnels; même si cette tradition semble s'éroder, le symbolique demeure et il y a toujours quelques pagnes traditionnels dans les colis de la jeune mariée pour démontrer sa capacité de vêtir sa famille. A cela, il faut ajouter la durabilité des pagnes; les tissés traditionnels résistent beaucoup plus aux intemperis du monde rural que les autres pagnes.

Compte tenu de ces informations, le marché des tissés traditionels semble être assez stable pour le futur immédiat.

Le Marché du Faso Dan Fani

On estime que le marché des tissés faso dan fani a pu atteindre jusqu'à 3,5 milliards FCFA dans sa gloire en 1987, mais que cela s'est largement réduit dans les dernières années. Les raisons pour cette réduction, à pars l'enlevement du port obligatoire du Faso Dan Fani evoluent autour du prix du produit par rapport au pouvoir d'achat des Burkinabé; la qualité du tissu; les modèles préparés; et ses concurrents.

Les pagnes faso dan fani fabriqué par les unités formelles de production ou sous la direction du Faso Dan Fani coûtent relativement chers à cause du prix élevé de la matière première (minimum de 2,000 FCFA de fil par pagne). Dès qu'on commence à ajouter les teintures, les fils brillants, et le main d'oeuvre pour gèrer les boutiques, le prix de vente des produits de Faso Dan Fani monte rapidement, dépassant le seuil du pouvoir d'achat du burkinabè moyen. C'est ainsi que les pagnes faso dan fani, de par leur prix, concurrencent les pagnes wax, et le tissés vendus sur la place du marché. Ainsi que le marché du faso dan fani est essentiellement limité aux grands centres urbains.

A cela, il faut ajouter la production parallèle des femmes qui travaillent pour les coopératives, les groupements, les centres, qui elle est de qualité moindre, et de prix nettement inférieur. Ainsi, lorsque Faso Dan Fani n'a pas de commandes auprès des femmes, ou bien les coopérative n'écoulent pas rapidement, les femmes (membres des coopératives et groupements) tissent des pagnes qu'elles écoulent à une clientèle privée, et cela à des prix relativement abordables. Sans s'en rendre compte, (et peut-être dans le besoin d'argent) elles se font concurrence, et contribue à saper leur propre marché.

En 1990, La boutique Faso Dan Fani a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 55 millions de FCFA. Comme ceci ne représente que 1,6% du marché total pour le faso dan fani, il est clair que la grande majorité du faso dan fani est produit informellement.

Le Marché des Produits de Faso Fani

Le marché total des produits du sous-secteur tissage au Burkina Faso s'élève à environ 25 milliards tout compris. De cette somme, le Faso Fani réalise en gros 5 milliards.

Les produits finis du tissage burkinabè ont des problèmes d'écoulement. Le marché local de 15 milliards FCFA pour les tissus modernes/imprimés se divise entre les produits importés et locaux. Entre autre les imprimés des pays voisins tels que Nitex, Togotex, le bazin du Mali, les pagnes wax, concurrencent les produits Faso Fani. Les statistiques officiels indiquent que les importations de tissus s'élèvent respectivement à 6,119 millions de FCFA, et 3,701 millions de FCFA pour les années 1986 et 1987 (voir Tableau B-1). De ces chiffres, environ 50% represente l'importation du tissu en coton. De plus, les experts estiment que les importations frauduleuses arrivent à 8 milliards FCFA.

Les produits Faso Fani sont les moins chèrs sur la place du marché. Un pagne (imprimé) se vend à 1,350 FCFA, ce qui représente de loin les prix les plus bas. Mais il est très interressant de noter la relation inverse entre les ventes du fil pour le tissage du faso dan fani et les ventes des imprimés. Ceci semble nous montrer qu'il y a un très forte échange parmis les achat des produits locaux et que, malgré les differences de prix.

TABLEAU B-1

STATISTIQUES SUR LES IMPORTATIONS ET LES EXPORTATIONS DES PRODUITS DU COTON

QUANTITE

	1983	1984	1985	1986	1987
IMPORTATIONS					
Tissu en coton	2840	2281.4	2873.4	3736.8	3047.8
Total	5780.7	5471	7456	9576	6867
EXPORTATIONS					
Produits du coton	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Total	n/a	n/a	n/a	n/a	
Coton brut	22802.4	29077.8	24811.3	44567	64699.5
PRODUCTION NATIONALE					
Fil (tonnes)	373.1	393	391.8	237.5	534.4
Pagne tissé (tonnes)	152.7	141.5	136.7	49.5	152.7
Pagne imprimé (mètres)					

VALEUR
(Millions de FCFA)

	1983	1984	1985	1986	1987
IMPORTATIONS					
Tissu en coton	1952.4	1499.6	1925	2913	1758
Total	3401.1	2765.2	3871.9	6119	3700.6
EXPORTATIONS					
Produits du coton	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Total	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Coton brut	11898.2	19178.8	11659.6	10632.8	20138.4
PRODUCTION NATIONALE					
Fil	756.4	967	1090.1	1231	1542
Pagne tissé	236	477.6	434.9	471	597.8
Pagne imprimé	3325.6	3947.8	4889.1	4526.8	3225.2

La Technologie

La technologie utilisée dans le sous-secteur tissage reste archaïque. Dans le milieu traditionnel, les métiers à tisser sont artisanaux, et les techniques de tissage et de teinture pourrait être améliorées. Surtout, la technologie de filage, un travail qui emploi plus de 160,000 personnes, est très lent et donne un fil de qualité doutable.

L'usine de filature-tissage qui est Faso Fani travaille avec des machines très vieilles (installées dans les années 1960), qui sont très lentes, emploient trop d'ouvriers et par conséquent entrainent un coût de production élevé. C'est ainsi que le fil de Faso Fani, sur lequel reposent les activités des tisseuses, des teinturières, et des tisserands, rend toute la gamme de produits réalisés par ces derniers peu abordables.

Malgré nos calculs qui indiquent que la valeur ajoutée au niveau du filage traditionnel êst d'environ 50%, le filage traditionnel reste un travail très lent et à faible revenu journalier. La technologie des fileuses, discutée plus haut, présente une forte potentialité de croissance du rendement et d'amélioration de qualité; ceci dépendra surtout des possibilités de changements sociaux qui entrainerait des modifications dans la distribution des tâches en milieu rural.

Conception & Modèles

Au niveau indstriel, un effort est fait pour créer des modèles et des motifs repondant au goût de la clientèle et qui puissent compétir avec les modèles importés. Faso Fani arrive à imiter les modèles des pagnes Wax pour créer ce qui est courament appelé "imitation wax". De telles approches de la part de Faso Fani ont pour objectif de concurrencer d'une part les importations, et d'autre part de consolider son marché interne.

Les modèles et styles pour les tissés traditionnels restent les mêmes. Il existent très peu de création et d'innovation. Seules les couvertures utilisent d'autres couleurs que le blanc et le bleu (et ses variantes).

Avec la teinture faite sur les fils et sur le bazin, on assiste à une diversification des modèles, mais là aussi, les teinturières sont confrontées au problème de la disponibilité des matières premières.

Exportation

Le marché extérieur des imprimés se limite au pays voisins et pls particulièrement à la Côte d'Ivoire et au Mali. Ce marché est très restreint et offre peu d'opportunités de croissance compte-tenu des prix des produits finis (tissés et couvertures), et de l'existence dans ces pays de structures industrielles similaires fabricant des produits de même type.

La clientèle des autres produits du sous-secteur est essentiellement touristique; Il est estimé qu'environ 75 000 touristes séjournent au Burkina chaque année. La clientèle touristique achète de préférence les pagnes teints et les couvertures; elle s'intéresse très peu aux pagnes tissés. En supposant que la moitié des touristes (seulement 37,500 personnes par an) achète chacun un pagne d'une valeur de 3 000 FCFA, nous obtenons un marché d'environ 112.5 millions de FCFA par an.

Les Politiques et règlementations

Règlementation fiscale

Pour ce concerne la règlementation fiscale, les artisans du sous-secteur tissage bénéficient, tout comme ceux des autres sous-secteurs, de l'exemption des impôts et taxes. Cette exemption n'est plus valide lorsque l'artisan s'installe dans une boutique. A partir de ce stade, il doit s'acquiter des la TCA et de l'IMF, en plus il doit payer la patente. Dans la mesure où la majorité des tisseuses travaillent en coopératives, elles peuvent écouler leurs produits sans être passibles de payement d'impôts et de taxes.

Les Politiques

Un certain nombre de mesures ont été prises pour promouvoir les activités du sous-secteur. Ce sont entre autres, la protection contre l'importation, le port obligatoire du faso dan fani.

La Politique contre l'Importation. Il est stipulé que toute personne désirant importer des produits du textiles (imprimés, fils) doit au préalable obtenir l'accord de l'usine Faso Fani.

Le port obligatoire du Faso Dan Fani. Cette politique a été instaurée par les autorités dès le lendemain de la revolution pour appuyer le mot d'ordre de "Produisons et Consommons Burkinabè". C'est ainsi que faso dan fani devint obligatoire pour les manifestations officielles. Cependant, après les évènements du 15 octobre 1987, il y a eu un relâchement dans cette politique; c'est ainsi que Faso Dan Fani se trouve avec un stock appréciable de produits finis à écouler.

LES OPPORTUNITÉS POUR AMÉLIORATION DU SOUS-SECTEUR

Avant d'aborder les possibilités d'amélioration du sous-secteur, il y a lieu de faire des constats:

- un nombre très élevé de personnes sont engagées dans le sous-secteur;
- le marché du sous-secteur est réduit;
- le prix du fil est très élevé par rapport au produit fini et engenre un prix de pagne très élevé;
- une surproduction de tissés du faso dan fani se présente comme la conséquence directe des trois constats ci-dessus cités;
- la qualité des produits finis peut être améliorée;
- la technologie reste rudimentaire;
- la majorité des personnes engagées dans le sous-secteur est analphabète.

Face à ces réalités, quelques grandes opportunités se présentent pour interventions permettraient de redynamiser le sous-secteur.

Réduction des prix de vente du fil

Comme indiqué ci-dessus, le marché du tissage est très restreint. Compte-tenu des coûts élevés de production des matières premières au niveau de Faso Fani (main d'oeuvre pléthorique, machines mal adaptées et trop vieilles, etc.), le prix de vente du fil revient relativement cher par rapport au produit fini (environ 90%). La repercussion se fait sentir sur les produits dérivés du fil. Ainsi le prix des pagnes tissés et vendus par les coopératives et les groupements de tisseuses, qui sont généralement de haute qualité, dépasse le seuil du pouvoir d'achat de la clientèle nationale.

Pourtant, le schéma (figure B-2) du sous secteur nous démontre qu'il n'y a qu'un seul fournisseur de fil pour le marché du faso dan fani. Une grande opportunité se présente si on peut changer/améliorer la technologie des fileuses qui augmenterait leur capacité de production, fournissant un fil beaucoup moins cher aux tisseuses qui resoudra le problème de prix en même temps qu'il posera la possibilité de créer de noveaux emplois pour des femmes.

Diminution du nombre de tisseuses

Sous la tutelle de plusieurs ONGs, et/ou Projets, de vastes programmes de formation des femmes, et de création de coopératives ont été mis en place pour faciliter le developpement des couches sociales défavorisées. On estime à plus de 2 000 le nombre de femmes formellement encadrées dans le tissage ces dernières années Pour exemple un projet de l'UNESCO supporta la formation de plus de 1 000 femmes de la province du BAM dans des activités diverses. Nous asistons donc à une saturation du marché du fait de cette production à but social, qui se souci très peu des incidences économiques. Ainsi, un nombre élevé de femmes apprennent à tisser, économisent pour s'acheter des métiers, puis se retrouvent face à la dure réalité qu'est la saturation du marché. Le nombre de tisseuses doit être réduit.

Circuit de distribution/Marketing

L'une des faiblesses du marché du sous-secteur reste le manque total de circuit de commercialisation des produits finis. A l'exception des foires et evenements tels que la SIAO, FESPACO, il n'existe pas de circuit de distribution des produits dans le sous-secteur, encore moins de vrai marketing. En réalité, c'est la clientèle qui va vers les produits, et non les produits qui cherchent à toucher la clientèle.

Dans le même ordre d'idées, on note un manque de programmes qui pourraient, de façon continue, mettre les artisans du tissage qui sont dans les zones rurales en contact avec le marché urbain, national et international. A cela il faut ajouter le manque de publicité; la publicité existante ne touche qu'une infime fraction de la population, dans la mesure où elle se fait au moyen de la télévision.

Amélioration des produits

En ce qui concerne les imprimés, une mauvaise réputation dont jouit l'usine Faso Fani depuis de longues dates entraine la clientèle vers des pagnes wax, et les pagnes des pays voisins. C'est ainsi qu'alors que le marché global du sous-secteur se chiffre à 25 milliards, les imprimés de Faso Fani ne captent que 12 pourcent.

Financement

Le système bancaire au Burkina Faso, ne permet pas aux artisans d'avoir des crédits auprès des banques, dans la mesure où les banquiers exigent des garanties, des apports personnels que les artisans ne possèdent pas et une système de comptabilité qui permette aux banque de faire le suivi de l'investissement. De plus, il n'existe pas de dispositions particulières, de la part de l'état, pour pousser les banques à financer les activités des artisans[9].

Si le constat est le manque de financement pour l'artisanat de façon générale, le problème de l'écoulement des produits finis devrait être résolu, avant que des financements dans le secteur ne soient considérés comme alternatives de redynamisation.

Développement de nouveaux produits

Jusqu'a présent, tout tissage au Burkina Faso vise la consommation personnelle en termes de vêtements, pagnes, ou couvertures. Il éxiste un grand marché industriel pour le tissu que le Burkina pourrait concurrencer s'il arrive à aligner sa production dans ce sens, en commençant avec du fil plus abordables et d'une qualité consistente.

POSSIBILITES D'INTERVENTION (Leverage)

Fil Faso Fani

Dans le sous-secteur, plusieurs produits dépendent du fil Faso Fani. Ainsi, le prix élevé du fil entraine des produits finis très chèrs. Le système d'homologation des prix qui fixe la marge pour Faso Fani doit être reévaluer pour une baisse du prix du fil est possible.

Personnes Clés

Comme indiqué plus haut, certains acteurs jouent des rôles clés dans le processus des fabrication des produits finis. Ces personnes doivent être identifié et ciblé comme les intervenant clés dans toutes actions pour dynamiser la filière.

La Teinturière. Pour ce qui concerne la production du faso dan fani, la teinturière joue le rôle de contact entre Faso Dan Fani et les autres femmes membres du groupement. C'est cette dernière qui organise et coordonne les activités du groupement, y compris l'achat parfois du fil nécéssaire au tissage. En touchant la teinturière, on touche tout le groupement. Tout changement au niveau de la conception du travail se passera par elle. Les teinturières sont par conséquent une audience relativement limitée avec qui les projets ou les programmes peuvent faire un échange de l'information en vue de sa dissémination dans tout le système - information concernant les nouveaux marchés, les nouvelles technologies, ou d'autres éléments d'importance relatifs à la filière du tissage.

---

[9] Des dispositions ont été prises pour obliger les banques à reserver un pourcentage de leur chiffre d'affaires aux PME/PMI, mais il n'existe pas encore de pareilles mesures pour le micro-entreprises.

ONGs. Les ONGs se sont très bien lancés pour démarrer les femmes dans le tissage, et peuvent également expérimenter avec le développement d'une industrie de fileuses utilisant une nouvelle technologie. Leur capacité de toucher jusqu'au niveau individuel et très important. De plus, ils doivent être bien sensibilisé sur les impacts de différents action, car l'historique nous montre qu'ils vont intervenir avec ou sans appui informé de l'extérieur.

Faso Dan Fani. Malgré que le Faso Dan Fani n'ait qu'une petite portion du marché des tissés, elle joue toujours un rôle très important pour définir les standards et les qualités des tissés. Le Faso Dan Fani pourrait également jouer ce role en expérimentant avec les nouveaux fils et téchnologie de production.

ANNEXE C

ANALYSE DE LA FILIERE DE LA CONFECTION

ANNEXE C

ANALYSE DE LA FILIERE DE LA CONFECTION

RAISON POUR ANALYSER LA FILIERE DE LA CONFECTION

La confection est le deuxième plus gros employeur dans les zones urbaines du Burkina Faso. Elle est en grande partie le domaine de la micro- et de la petite entreprise. L'INSD et la Direction de l'artisanat estiment qu'elle est l'activité principale de 11 542 tailleurs et l'activité secondaire de 9 262 personnes. Cela équivaut à 18 000 emplois à plein temps. La confection est l'activité principale de 22 pour cent des femmes et l'activité secondaire de 9 pour cent. Basant ses estimations sur l'enquête de Charmes au Niger, Stoupy (voir TES, 1990) estime qu'il existait 9 056 micro-entreprises de confection au Burkina, à raison de 2,1 employés par entreprises. A présent, cinq ans plus tard, il est probable qu'elles soient beaucoup plus nombreuses.

En plus de la confection, le Burkina, comme la plupart des autres pays africains, possède une industrie du vêtement usagé dynamique, appelée la friperie. Cette industrie fait directement concurrence à la confection locale, ciblant en particulier les couches économiques plus basses. Bien que n'apparaissant pas dans la plupart des enquêtes sur l'emploi et sur les entreprises, un simple tour de Ouagadougou révèle que cette industrie est un employeur important et qu'elle représente une grande part de l'activité économique. La présente étude essaiera d'estimer le niveau d'activité économique effectivement créé par cette industrie.

Une série de points critiques doivent être examinés pour déterminer la relation entre la friperie et les vêtements faits (confectionnés) au niveau local. Sont-ils des succédanés? Une politique qui fait augmenter le coût de la friperie entraînera-t'elle une diminution des ventes de friperie et une augmentation subséquente de la demande de vêtements de confection locale? Peut-on efficacement mettre en place des politiques tarifaires, ou est-ce-qu'une augmentation des tarifs douaniers pour la friperie au Burkina simplement entraînera une augmentation de la contrebande des pays voisins comme le Togo, qui ont encore des droits de douane très bas?

MARCHES POUR LA CONFECTION DU BURKINA FASO

Au Burkina Faso, la confection est strictement destinée à la consommation intérieure. Le coût relativement élevé et la qualité inférieure des vêtements confectionnés localement est l'un des facteurs qui élimine tout potentiel d'exportation des produits burkinabés; l'autre facteur est qu'il n'existe pas d'industrie du prêt-à-porter développée au point de pouvoir exporter.

N'ayant pas de données sur la consommation et n'ayant que des données irrégulières sur les douanes, il est difficile d'estimer la taille de cette industrie au Burkina. La meilleure estimation de la taille du marché de la confection locale est 30 milliards FCFA. Les ventes totales de vêtements de Faso Fani sont estimées à 20 milliards FCFA, et nous pouvons approximativement multiplier ce chiffre par 50 pour cent pour la confection totale, prenant en compte la valeur ajoutée et les frais de commercialisation. Le marché de la friperie est un peu plus difficile à capter; il pourrait bien s'élever à 8 à 10 milliards FCFA, prenant les importations officielles de friperie (4 milliards FCFA en 1987) et y ajoutant 2 millions de

droits d'entrée ajoutés par la chaîne de commercialisation. Ceci ne comprend pas les importations illégales qui sembleraient augmenter considérablement depuis que le gouvernement a institué le nouveau tarif douanier. A cela, s'ajoute une quantité relativement faible de prêt-à-porter importé.[1] Par conséquent, le marché total est probablement bien en dessous de 40 milliards FCFA.

Le marché des vêtements se divise en trois strates principales : vêtements institutionnels (uniformes et vêtements de travail), vêtements chic qui peuvent comprendre le prêt-à-porter et les importations, et vêtements vendus sur les marchés ruraux et urbains. Les caractéristiques de la première strate du marché sont la capacité de produire un volume important de vêtements de qualité standard bon marché. L'accent est sur la fiabilité et le coût. La deuxième strate (vêtements chic) cible la qualité, mais il y a des substitutions de coûts. La troisième strate est caractérisée par la compétitivité des coûts et la fonctionnalité, où la qualité est beaucoup plus inférieure et où le coût est le déterminant principal.

STRUCTURE DE LA FILIERE

La carte de la filière

La carte de cette filière est simple parce que nous avons séparé l'industrie textile de la confection et de la vente de vêtements. Elle ne comporte que deux ensembles distincts d'activités : la confection et le traitement de la friperie. Comme nous le verrons plus loin, les tailleurs qui sont au centre de la confection ont des contacts limités avec les agents commerciaux. Dans un même temps, l'industrie de la friperie se compose essentiellement d'un canal de distribution complexe pour amener les vêtements usagés au consommateur. Ces deux industries distinctes, avec une fertilisation croisée minimale, constituent la filière de la confection, visuellement représentée sur la carte de la filière à la page suivante.

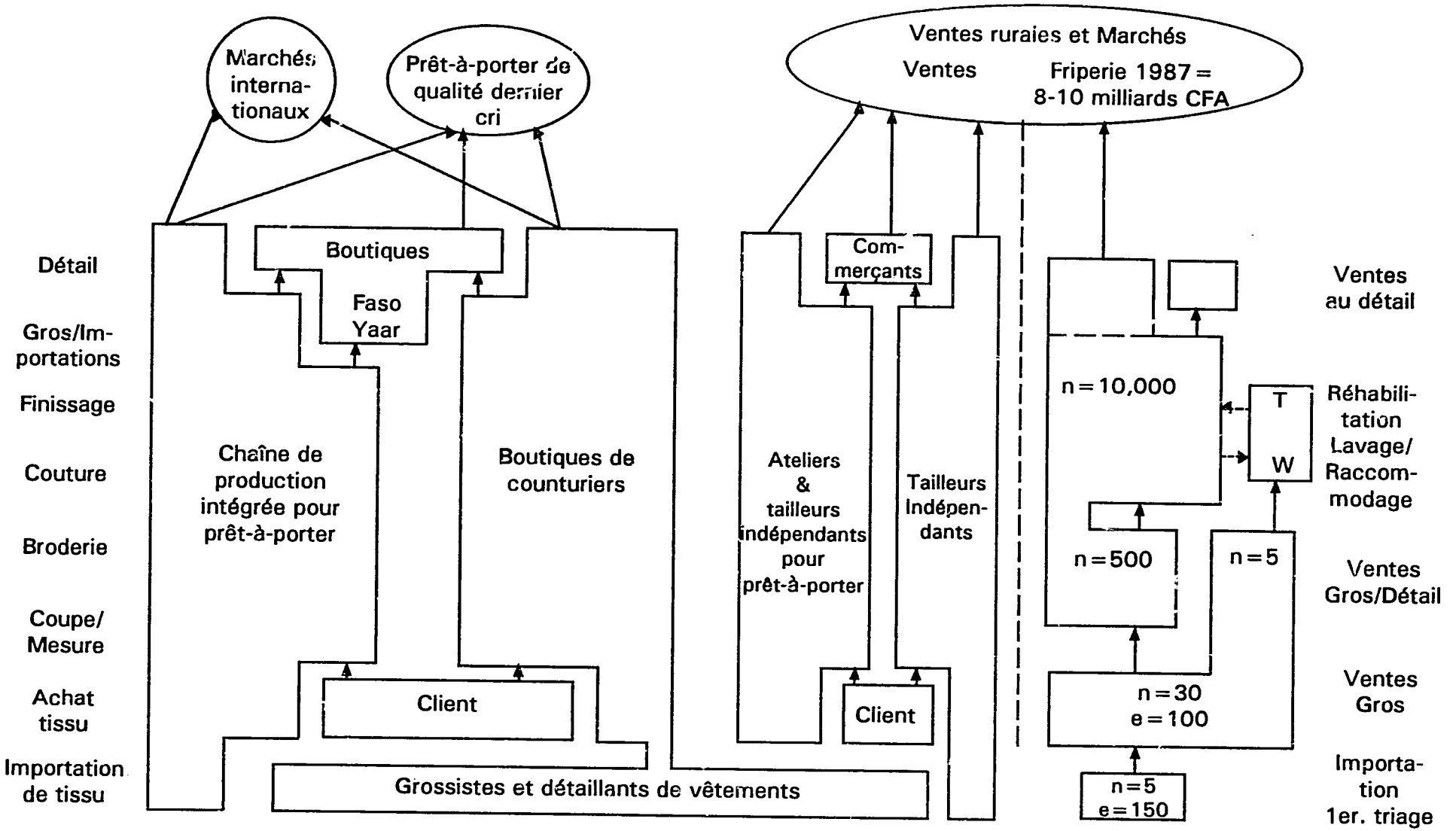
Fonctions

Dans la partie confection de la filière, les fonctions principales sont l'achat de tissus et d'accessoires, la mesure et la coupe, la couture et, dans certains cas, la broderie. Le vêtement est ensuite commercialisé.

Dans la partie friperie de la filière, les fonctions ne commencent vraiment qu'avec la commercialisation. Elles sont réalisées dans un système de distribution qui emploie un grand nombre de personnes, surtout des hommes, et qui est en mesure d'atteindre les clientèles les plus inaccessibles. Les fonctions comprennent l'ouverture des conteneurs et leur reconditionnement en balles, le déplacement des balles, le triage des bales, et enfin la réhabilitation et la vente des vêtements. Les principaux prestataires de ces services sont les importateurs, les grossistes, les distributeurs (demi-grossistes) et les détaillants.

[1] Selon les données de douane, les importations s'élèvent à 2 millions FCFA. Ce chiffre est si bas qu'il est impossible qu'il soit exact, mais aucune estimation précise ne peut être faite.

FIGURE C-1
CARTE DE LA FILIERE DE LA CONFECTION



Canaux de distribution alternatifs

On trouve quatre types distincts d'entreprises parmi les confectionneurs, principalement définis par leurs marchés cibles. Il y a quelque passage d'un canal à l'autre, mais, comme nous le verrons plus loin, le passage est nettement réduit après le deuxième canal. Le cinquième est le canal de la friperie, qui est essentiellement un canal commercial, mais qui représente un pourcentage important de l'emploi global.

Chaîne de production et ateliers diversifiés

Un atelier est organisé autour d'une chaîne de production permanente qui se spécialise dans le prêt-à-porter, fabriquant sur commande pour des contrats institutionnels (uniformes de travail) et des articles pour de grandes occasions (sacs, porte-documents en canevas, etc.). Les employés sont presque entièrement des hommes.

L'atelier de prêt-à-porter fait directement concurrence aux importations et à une partie des vêtements faits par les tailleurs. Il se concentre sur les sous-vêtements et les vêtements d'enfants, où les marges sont les plus grandes, mais il rencontre souvent des problèmes de marché ou d'approvisionnement qui le forcent à diversifier ses activités. Il a diversifié au-delà des vêtements avec des articles de publicité (batik en soie, qui lui permet de s'appuyer sur la chaîne de production existante) et la vente au détail d'accessoires (comme les boutons et le fil), qu'il importe pour sa chaîne de production et une partie de sa production.

Ateliers de vêtements sur commande de première qualité

Ce groupe d'ateliers relativement organisés cible la population à revenus plus élevés et se spécialise dans les vêtements de qualité (et de prix) plus élevés. Bien qu'il y ait parfois quelques articles en stock, la majeure partie du travail est faite sur commande, le client fournissant le tissu. On peut passer des commandes pour n'importe quel modèle et pour de la broderie. Dans quelques cas seulement, l'atelier vend le tissu aux clients.

L'atelier appartient à une personne. Son investissement se compose essentiellement de machines. Dans l'atelier, il y a généralement une personne spécialisée dans la coupe des robes de première qualité (souvent le ou la propriétaire), une ou deux personnes qui font la broderie (peut-être dépendant davantage de la taille de l'atelier) et les tailleurs qui font l'assemblage. La finition (ourlets, boutons) peuvent être laissés à un apprenti. Dans ces ateliers, la plupart des employés sont des hommes, bien qu'il semble y avoir un certain nombre de femmes propriétaires, souvent des épouses de fonctionnaires, dotées du capital et de l'éducation nécessaires pour ouvrir un atelier plus formel.

Les plus gros ateliers sont en mesure de soutenir la concurrence pour des contrats institutionnels (spécialement des uniformes militaires). Avec jusqu'à 20 machines à coudre appartenant au propriétaire, se mobiliser pour un contrat institutionnel demande simplement d'embaucher des tailleurs qui abondent sur le marché de l'emploi. Le client fournit le tissu et l'atelier fait la coupe et l'assemblage sur une chaîne de production rapidement créée. Les besoins en fonds de roulement sont minimisés du fait que le client fournit les matières premières.

Plusieurs ateliers produisent une gamme de vêtements allant jusqu'à 100 articles différents pour le compte de certaines boutiques haut de gamme, comme Faso Dan Fani (FDF), mais dépendent toujours du client pour leur fournir le matériel nécessaire (FDF fournit le tissu et les ateliers ne font rien d'autre que créer le modèle, la coupe et la couture).

Ces ateliers sont capables de se différencier des groupes de tailleurs de confection bon marché (canal 2) par la qualité de leur produit. Dans presque tous les cas, ces ateliers haut de gamme sont dirigés par des étrangers (Ivoiriens, Sénégalais, Togolais ou Maliens) qui se sont installés au Burkina. Parmi les étrangers, il y a un bon nombre de femmes, spécialement au niveau de propriétaire. Dans peu de cas, ils sont dirigés par des Burkinabés, qui ont tous été formés à l'étranger (surtout en Côte d'Ivoire) et qui ont fait leur apprentissage avec des tailleurs très qualifiés. Les tailleurs Burkinabés qui réussissent le mieux ont d'abord fait leur apprentissage à l'étranger puis ont continué leur formation dans la conception et dans la coupe en France.

Prêt-à-porter bon marché

Un échelon au-dessus du tailleur est le marché du prêt-à-porter. Ces tailleurs travaillent soit seuls soit en groupe pouvant aller jusqu'à trois personnes (s'ils font de la broderie). Ils achètent généralement leur propre tissu et font un produit fini. Pour la broderie, il y a une différenciation de tâche, mais pas pour la coupe et la couture. Le marché principal du prêt-à-porter bon marché est constitué des marchands ambulants qui vendent aux populations rurales et, dans une moindre mesure, aux couches les plus pauvres en milieu urbain.

A côté de la production dominee par les hommes, comme nous venons de le mentionner, les femmes font aussi du prêt-à-porter. Mais elles ciblent des strates spécialisées du marché, les vêtements de bébés et les tenues spéciales, comme celles de communion. Bien que les hommes travaillent ouvertement sur les marchés, les femmes travaillent ordinairement chez elles, sans être visibles, et font vendre leurs produits finis au marché par des détaillants.

Production individuelle

Les tailleurs individuels font la majeure partie de leur travail sur commande. Il s'agit habituellement de travaux de raccommodage ou des vêtements simples pour un client qui fournit sa propre étoffe. Parfois, le tailleur achète son étoffe pour confectionner certains vêtements qu'il vend ensuite comme prêt-à-porter. Ce groupe se compose surtout d'hommes.

Friperie

La friperie atteint le marché par un canal unique qui a plusieurs petites variantes. Partout, le canal est dominé par les hommes, avec juste quelques femmes vendant des sous-vêtements.

Les usines. Au bas du canal, sont les importateurs/remballeurs, souvent appelés les usines. Ces entreprises ont les relations qu'il faut avec les fournisseurs de produits en vrac, en Belgique et aux Etats-Unis. Ils importent les vêtements dans des conteneurs (bales de 300 à 500 kg), déjà triés par type (pantalons, chemises, etc.) Les vêtements sont achetés au kilo. Les usines ouvrent les bales, trient les vêtements utilisables de ceux que ne sont que des guenilles (qui sont vendues aux usagers industriels).

Les vêtements utilisables sont ensuite remballés dans des bales homogènes contenant un nombre prédéterminé d'articles (comme 100 paires de pantalons d'homme ou un nombre fixe de kilos pour les articles plus petits) qui sont plus faciles à manipuler.

Il existe cinq usines au Burkina Faso, deux à Bobo et trois à Ouaga. Ces usines remballent les bales avec des presses hydrauliques importées d'Europe qui coûtent 40 millions FCFA pièce. Chaque usine emploie quelques personnes à plein temps et de 20 à 40 personnes temporairement, en fonction du volume. Chaque importateur traite avec 5 à 10 grossistes réguliers.

Les grossistes. Ce canal comprend probablement 25 à 30 grossistes. Ils sont responsables du mouvement de la friperie. Ils ont souvent d'étroites relations avec les usines, ayant parfois déjà travaillé avec leurs propriétaires (particulièrement vrai pour ceux qui ont des contacts avec les anciennes usines libanaises). Ils font principalement fonction d'intermédiaires financiers entre les demi-grossistes et les usines, et majorent chaque transaction d'environ 10 pour cent.

Les distributeurs. Les demi-grossistes achètent les bales auprès des grossistes, une douzaine ou plus à la fois. Chaque grossiste traite avec 20 à 30 distributeurs; prenant en compte un chevauchement de 50 pour cent, il pourrait bien y avoir 500 distributeurs dans le pays. Ils ouvrent les bales et séparent les vêtements en piles, les séparant selon la qualité, puis les trient généralement selon un prix fixe par article dans chaque pile. Quelquefois, les distributeurs s'intègrent en aval au niveau du détail. Les marges au niveau du distributeur sont d'environ 10 pour cent, mais elles peuvent être supérieures dépendant de l'isolement du marché.

Les détaillants. Les détaillants choisissent les vêtements qu'ils vendront, article par article, auprès des demi-grossistes. Ce sont eux qui fournissent le montant en main-d'oeuvre qui ajoute le plus de valeur au produit. Ils reprisent les vêtements, les lavent et les repassent avant de les mettre en vente.

Parfois, ils sous-traitent le lavage et le raccommodage à des laveurs et à des tailleurs, à un prix standard de 25 FCFA par article pour le lavage et le repassage et de 25 FCFA pour le raccommodage.

Les détaillants ont généralement des étals pour leur commerce, qui coûtent environ 4 000 FCFA, et pour lesquels ils paient une patente de 6 000 FCFA par an. Ordinairement, il y a deux ou plusieurs personnes par étal, chacune vendant sa propre marchandise. Le fait de se partager un étal leur permet de mettre leurs ressources en commun et de partager les frais de façon limitée tout en maintenant leur autonomie. Les marges au niveau du détail sont de 30 à 35 pour cent supérieures au prix d'achat, mais les recettes nettes dépassent rarement 500 FCFA par jour.

On ne connaît pas le nombre exact de détaillants; ils sont probablement plus de 5 000 dans tout le pays. On les trouve principalement dans les zones urbaines où la demande est suffisante pour leur assurer un commerce régulier, laissant aux distributeurs le soin d'approvisionner les zones rurales par le biais des marchés hebdomadaires.

DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES ET FORCES DYNAMIQUES

Développement des entreprises

Confection

Ici le processus d'évolution des entreprises semble être un processus fortement désintégré. Nous avons, d'une part, les fournisseurs du marché bas de gamme dans les canaux 3 et 4, et, d'autre part, les producteurs pour le marché haut de gamme dans les canaux 1 et 2.

L'évolution du canal 4 au canal 3 est possible, mais il est extrêmement difficile pour une petite entreprise du canal 2 de passer au canal 1. Les différences concernant la qualité, la formation et les ressources sont trop grandes.

On note souvent le désir de passer du canal 3 au canal 2, où le flux de ressources est plus stable. Cependant, cela comporte des problèmes complexes de gestion concernant l'identification des marchés et l'acquisition de fonds de roulement pour couvrir les coûts des stocks. Dans le canal 3, le personnel des entreprises n'a pas à être aussi qualifié que celui du canal 2 du fait que sont travail est surtout quantitatif plutôt que qualitatif; il y a par conséquent un problème de gestion supplémentaire relatif à des exigences variables en matière de personnel.

Friperie

Dans le canal de la friperie, l'évolution va à la fois du bas vers le haut et du haut vers le bas. Comme indiqué, il n'existe que cinq usines de friperie, et elles demandent un investissement industriel. A ce niveau, tous les intervenants ont commencé comme importateurs, munis d'un capital substantiel et de bonnes relations avec les fournisseurs étrangers, qui est le principal facteur de contrainte. Aux autres niveaux du canal, il existe cependant un potentiel d'évolution important, les détaillants montant jusqu'au niveau de distributeur et de grossiste, ou dans les usines, des employés de confiance obtenant des franchises pour commercialiser le produit.

Forces dynamiques

Demande intérieure

La structure de la consommation dans le monde montre que, dans le domaine des produits vestimentaires, la propension marginale à consommer est la plus élevée parmi les couches les plus pauvres de la population, mais qu'elle maintient une élasticité globale proche de 1.[2] Au Burkina Faso, ceci a des

---

[2] Des calculs effectués récemment au Lesotho mettent l'élasticité de la demande à 1,57 dans le tiers le plus pauvre de population (voir Grant, et al., *Lesotho Subsector Study*, 1991); des calculs faits au Mali en 1988 estimaient l'élasticité globale de la demande de produits vestimentaires à 1,39, alors que les estimations mondiales sont proches de 1. (voir Grant et Hanel, 1988)

implications importantes pour la demande de vêtements fabriqués par les micro-entreprises. La majeure part de la production des petits tailleurs, et la friperie, sont consommées par les consommateurs ruraux plus pauvres.

En supposant que les niveaux de revenu augmentent progressivement (ce qui peut être une fausse hypothèse), il y aura une augmentation de la demande de vêtements bon marché parmi le tiers le plus pauvre de population. La question cruciale est de savoir si une augmentation de la consommation viendra des produits fabriqués localement ou de la friperie. Présentement, la compensation réciproque entre prix et qualité est généralement bien meilleure avec la friperie, qui est un produit qui se vend très bien dans les zones rurales. Le tissu dont disposent les tailleurs locaux n'est simplement pas adéquat pour faire concurrence à la friperie (voir ci-dessous). Afin que les tailleurs locaux puissent efficacement soutenir la concurrence, ils devront réduire notablement leurs coûts de production, ce qui ne peut d'une façon réaliste se faire qu'en augmentant leur performance. Une fois devenus plus performants, ils seront en mesure d'accaparer une part plus importante du marché.

Le comportement des consommateurs en Afrique est un facteur extrêmement important dans la détermination du marché des produits vestimentaires. Traditionnellement, les vêtements de première qualité sont des vêtements faits à la main par les tailleurs, et pas du prêt-à-porter. Une des raisons pour séparer la confection des produits textiles est que la plupart des gens préfèrent acheter le tissu et l'amener chez le tailleur pour se faire faire des vêtements. Les consommateurs les plus riches ont de l'aversion pour le prêt-à-porter, sauf s'il s'agit de certains articles, comme les sous-vêtements, les vêtements d'enfants, ou les t-shirts. Seuls les consommateurs plus pauvres achètent régulièrement du prêt-à-porter, généralement sous forme de friperie.

Le fait que le tissu nécessaire pour la majeure partie de la confection spécialisée n'est pas fabriqué au Burkina présente un problème d'approvisionnement pour l'industrie locale du prêt-à-porter. Il est difficile de se procurer le tissu qu'il faut avec régularité, Dans un même temps, la friperie, qui est importée, est beaucoup moins chère et souvent de qualité convenable.

Demande internationale

Il est peu probable que le Burkina sera capable de soutenir la concurrence sur le marché international; les contraintes concernant la fourniture des matières premières, la qualité, le volume de production et le transport sont simplement trop fortes. Toutefois, selon les importateurs officiels de friperie au Burkina, une augmentation de la demande mondiale de friperie a entraîné une augmentation des prix, ce qui est préjudiciable à la compétitivité de leurs prix. Ce facteur, s'ajoutant à l'impact d'une augmentation des droits de douane sur la friperie, peut laisser plus de place à la concurrence de la part des tailleurs.

Innovation technologique

Au Burkina Faso, les options en matière d'innovation technologique dans le domaine de la confection sont limitées au niveau technique : les machines à coudre manuelles continueront d'être de règle. Néanmoins, il existe d'importantes innovations des procédés et des techniques commerciales qui peuvent être adaptées pour améliorer la position des tailleurs dans les canaux 3 et 4, ce qui pourrait leur permettre de prendre à la friperie une part plus importante du marché rural et du petit marché.

Procédés de production. Le procédé actuel pour la confection bon marché est simple et inefficace. Et pourtant le produit convient parfaitement à un procédé de production à la chaîne qui entraînerait une réduction des coûts et, idéalement, une part plus grande du marché.

Techniques de commercialisation. La masse de tailleurs au niveau du petit atelier et à celui de la boutique n'utilise pratiquement aucune technique de commercialisation si ce n'est de mettre une enseigne à l'extérieur du local ou d'exposer les articles. C'est en contraste direct avec le canal de distribution de friperie qui jouit d'un réseau commercial strictement organisé et où le bénéfice découle d'une meilleure présentation du produit. Des innovations et des améliorations de ces techniques de la part des tailleurs pourraient faire augmenter leurs ventes.

Politique gouvernementale et problèmes de fourniture d'intrants

Les restrictions gouvernementales actuelles sur les importations de tissu, exigeant l'approbation de Faso Fani, favorisent l'importation de petites quantités de tissu, soit illégalement, soit l'importation de rebuts. Ceci pose des problèmes à l'entreprise de taille plus importante qui fait du prêt-à-porter parce qu'il lui est difficile de se procurer du tissu de qualité adéquate et en quantités suffisantes.

Interventions du gouvernement

A ce jour, le GDBF a essayé trois interventions majeures dans le domaine de la confection, qui ont eu un succès limité, comme nous le verrons ci-après.

Organiser les tailleurs : Société Soulga

Sous le gouvernement Sankara, une politique rendant obligatoire l'uniforme scolaire fut décrétée pour accroître les opportunités de production des tailleurs dans le pays. La Société Soulga fut créée pour gérer le processus. Elle travaillait avec des coopératives de tailleurs organisées hâtivement (et artificiellement) dans tous les plus grands centres. Chaque coopérative comptait de 20 à 30 membres qui faisaient des uniformes scolaires avec le tissu fourni par la Soulga. Ils percevaient un salaire fixe mensuel de 25 000 FCFA. La Société Soulga était chargée de vendre les uniformes aux écoles, où le personnel enseignant était responsable de collecter l'argent auprès des élèves. Le programme prévoyait une extension aux zones rurales dans ses dernières années.

Le programme rencontra de nombreux problèmes pratiques aux niveaux de la production et de la distribution. La fourniture des matières premières par la Soulga était inadéquate. Les uniformes faits par les coopératives étaient de mauvaise qualité vu que ces coopératives n'avaient aucun avantage à fabriquer des produits de qualité et que les coûts de production dépassaient le prix de vente des uniformes. De nombreux élèves étaient incapables d'en payer le prix relativement élevé (allant jusqu'à 4 000 FCFA l'uniforme pour les élèves de l'enseignement supérieur), et la collecte mal organisée au niveau des écoles faisait que beaucoup d'uniformes n'étaient pas payés; de plus, la Soulga ne perçut jamais une part assez importante des sommes collectées par le personnel enseignant.

Le programme prit fin avec l'arrivée du nouveau gouvernement à l'automne de 1987. La Société Soulga fut liquidée et un comité au sein du ministère du Commerce fut chargé de localiser les impayés.

Encourager la production locale : l'expérience Faso Dan Fani

L'analyse de la filière textile a examiné l'obligation de porter le *faso dan fani* jusqu'à son abrogation à l'automne de 1987. Une unité fut créée par le gouvernement pour promouvoir la production et la vente du tissu (Faso Dan Fani) en établissant des relations contractuelles avec des groupes de production locaux. Un ensemble d'unités artisanales de production furent aussi autorisées (l'UAP) par divers ministères, dont une seule, l'UAP GODE au ministère des Affaires Sociales, devint opérationnelle. Ces deux unités fonctionnent toujours mais elles sont régulièrement en perte vu que l'obligation du port du *faso dan fani* a été abrogée. Elles sont en sureffectif et ont des structures d'exploitation mal adaptées. De plus, les marchés et les prix de leurs produits sont en déclin.

De ces deux expériences, les uniformes scolaires et le faso dan fani obligatoires, nous pouvons conclure que le gouvernement n'a pas réussi à forcer une augmentation de la demande menant à la croissance d'un marché pour favoriser les petites entreprises et les artisans producteurs. La demande doit être authentique, ou elle n'est pas durable et peut mener à la faillite des entreprises. En outre, l'intervention du gouvernement pour essayer de gérer le processus de production et de commercialisation a échoué.

Toute intervention des ONG dans le domaine de la confection s'est produite conjointement avec Faso Dan Fani (voir l'analyse de la filière filature et tissage). Il n'y a aucune autre activité concentrée pour assister la filière de la confection.

Droits de douane sur la friperie

Pour essayer de réduire la consommation de friperie au Burkina Faso, le gouvernement a récemment (automne 1989) augmenté le tarif d'importation de 125 FCFA/kg à 300 FCFA/kg. Cela a eu un impact au niveau de l'usine, et a entraîné une réduction des importations officielles en raison de coûts plus élevés. Toutefois, nous ne savons pas s'il y a eu une diminution réelle de la friperie disponible. Au Togo, le droit d'entrée n'est que de 75 FCFA/kg, et étant donné la porosité de la frontière, les négociants affirment qu'il y a un flux régulier de bales de friperie en provenance de Lomé.

OPPORTUNITES D'EXPANSION POUR LA FILIERE

Il existe trois opportunités principales qui dépendent des principales caractéristiques de la plupart des marchés : la qualité, la distribution et le coût de production.

Augmentation du nombre des tailleurs/couturiers Burkinabés de qualité

Il est clair que la majorité des propriétaires d'ateliers haut de gamme sont soit des étrangers soit quelques Burkinabés qui ont travaillé à l'étranger et se sont formés auprès de tailleurs qualifiés avant de retourner au Burkina. Seulement récemment a-t'on noté une légère augmentation du nombre des tailleurs Burkinabés qui ont ouvert leurs propres ateliers après des années d'apprentissage dans le pays. Accroître les opportunités offertes aux tailleurs de se perfectionner ainsi que d'être exposés aux éléments de la gestion d'un atelier de couture stimulera une augmentation du nombre d'ateliers appartenant à des Burkinabés.

Diminution des coûts de production

A la partie bas de gamme du marché, les vêtements des tailleurs bon marché sont quand même plus chers que la friperie. C'est dû en partie au prix élevé du tissu mais aussi à la méthode de production : il n'existe pas de fabrication en série du prêt-à-porter bas de gamme. On doit faire une étude ultérieure pour déterminer si la production à la chaîne ferait tomber les coûts et si ces vêtements moins chers seraient plus volontiers consommés au niveau rural. Cette intervention ne peut être entreprise que par des opérateurs privées qui cherchent un bénéfice, et ne peuvent pas être mises en place par des agences ou des initiatives gouvernementales.

Meilleurs canaux de distribution du prêt-à-porter bon marché

Le canal de la friperie est essentiellement un canal de distribution bien organisé doté de milliers de points de vente au détail. Le prêt-à-porter bas de gamme peut-il s'accrocher à ce canal? L'intégration présente des tailleurs aux commerçants semble être assez faible, mais si renforcée et si dotée d'un produit moins cher, elle pourrait être une excellente association pour accroître les ventes aux zones rurales.

INTERVENTIONS A EFFET DE LEVIER

Groupement géographique

La plupart des tailleurs plus qualifiés se trouvent dans les zones urbaines où ils ont un meilleur accès aux marchés. Quiconque voudrait mettre en place une chaîne de production ferait mieux de se concentrer d'abord sur les zones urbaines pour trouver du personnel qualifié. Dans un même temps, les marchés actifs dans les zones rurales, qui attirent des tailleurs très qualifiés, offrent la base nécessaire pour lancer des activités de formation payantes visant à former des tailleurs.

Amélioration des relations par le biais des grossistes et des distributeurs

Les grossistes et les distributeurs actifs dans le canal de la friperie ont la possibilité d'atteindre un grand nombre de personnes grâce à leur réseau de distribution. Améliorer les relations entre les entreprises fabriquant en série des vêtements bon marché et ce réseau de distribution entraînerait une croissance du marché du prêt-à-porter.

Politique gouvernementale

Bon nombre de problèmes doivent être étudiés plus à fond, on pourrait probablement les aborder grâce à des changements dans la politique. Il s'agit en particulier des problèmes relatifs aux droits de douane sur la friperie (sont-ils une bonne chose?), des importations de vêtements pouvant faire concurrence à Faso Fani et de la politique fiscale en général du fait qu'elle affecte les petits tailleurs sur les marchés et les personnes qui dirigent des centres d'apprentissage formant de nouveaux tailleurs.

ANNEXE D

ANALYSE DE LA FILIERE DE LA CONSTRUCTION

ANNEXE D

ANALYSE DE LA FILIERE DE LA CONSTRUCTION

RAISON POUR ANALYSER LA FILIERE DE LA CONSTRUCTION

La construction est une filière très importante pour le Burkina Faso, pour deux raisons. La fabrication de matériaux de construction et la prestation de services divers pour la construction de maisons d'habitation, de bureaux et d'autres édifices font vivre près de 27 000 artisans. "Le logement pour tous" a été un point focal de la politique de développement du GDBF depuis la révolution de 1983, et la mise en place d'une industrie forte dans ce domaine est une majeure priorité nationale. Les projets de construction, à eux seuls, représentaient plus de 20 pour cent de toutes les dépenses publiques du Plan quinquennal 1986-1990, un investissement de 80 milliards FCFA.

Malgré tout, la prestation de bons logements, à des prix abordables, demeure l'un des problèmes majeurs auxquels fait face le pays. Des maisons partiellement (souvent mal) construites sont une caractéristique du paysage dans les grands centres et dans les petites villes en pleine croissance. L'intervention du gouvernement a créé un boom dans la filière qui a mené à la création de nombreuses entreprises nouvelles, mais qui a aussi créé une dépendance dangereuse du marché public. La présente analyse considère comment les MPE peuvent faire face à une filière dans laquelle la demande demeure forte, mais dans laquelle l'évolution du marché est radicale.

LE MARCHE

On trouve cinq types différents de marchés, à savoir :

1) **La construction "traditionnelle rurale"**, un ensemble varié de constructions destinées à la majorité de la population rurale. Les matériaux et la conception varient, mais elles tendent toutes à être construites par leurs propriétaires. Stoupy estime que la valeur annuelle de ce marché (considérant le coût d'opportunité de la main-d'oeuvre pour se procurer les matériaux et pour construire) s'élève à 18,7 milliards FCFA, mais qu'une petite partie représente le paiement de biens ou de services.[1] Le travail de construction, quel qu'en soit le type (construction ou rénovation), se fait sur 500 000 à 800 000 unités chaque année.

2) **La "construction améliorée"**, les petites maisons à toit plat (de 18 à 30 m^2) recherchées par ceux qui ont du capital à investir. La plupart se trouvent dans les deux villes plus importantes et dans les centres de province, mais au moins un ou deux exemples peuvent se trouver dans tout centre ayant plus de 100 maisons. La valeur de ce marché est d'environ 16 milliards FCFA.[2] Moins de la moitié

---

[1] Stoupy, 1989, p. 48, suppose une reconstruction tous les 15 ans et un nouveau toit et de nouvelles poutres de soutènement en bois tous les 3 ans.

[2] Stoupy, pages 48-49.

du marché est constituée par les paiements de matériaux et/ou de services. De 80 000 à 90 000 maisons sont concernées chaque année.

3) **"Villa"**, maisons plus spacieuses de type colonial (plus occidental) recherchées par ceux qui ont des revenus élevés voulant montrer leur statut d'élite. Moins de 300 villas sont construites chaque année. Les dépenses du GDBF pour l'habitat représentaient plus de 70 pour cent de ce marché jusqu'à une date récente, mais cela ne devrait vraisemblablement pas continuer. La valeur du marché s'élevait à 8 à 10 milliards FCFA en 1990, mais on estime qu'elle n'atteindra que 1,2 à 2,5 milliards FCFA en 1991 (GDBF moins de 20 pour cent du total).

4) **"Bureaux/commerces/appartements"**, bâtiments plus spacieux recherchés par les promoteurs pour usage commercial ou pour investir. Le GDBF détient environ 80 pour cent de ce marché.[3] Quelques 6 à 10 projets du GDBF et de 3 à 5 projets sont lancés chaque année. La valeur de ce marché s'élevait à environ 1,2 milliard FCFA en 1990, mais elle devrait atteindre près de 3 milliards en 1991, dû en grande partie au projet festival du cinéma FESPACO du GDBF.

5) **Bâtiments "officiels ruraux"**, écoles, hôpitaux, postes de police et autres édifices construits pour dispenser des services de base administratifs et sociaux aux niveaux régional et local. Le GDBF et les ONG représentent pratiquement tout le marché, qui comprend de 20 à 50 projets par an, et dont la valeur va de 3 à 4 milliards FCFA.

La valeur totale des deux premiers marchés est notable, mais ils se composent de nombreuses petites transactions. La valeur des trois autres est beaucoup moins importante, mais ils se composent d'un petit nombre de grosses transactions. Les premiers dépendent de la demande individuelle de logement, qui est et qui devrait rester forte. Les derniers dépendent des projets de construction du gouvernement et des ONG, dont les dépenses varient considérablement d'année en année. Dans le cadre des nouvelles priorités du programme d'ajustement structurel, les dépenses directes du GDBF pour la construction devraient tomber à moins d'un quart de leurs niveaux 1983-1990. Son plan 1991 prévoit que 52 pour cent des dépenses de construction soient faites en 1990.

STRUCTURE DE LA FILIERE

La carte de la filière

La carte de la filière de la construction est une carte difficile à réaliser. Cette filière na pas de progression directe des matières premières aux produits et aux marchés. Alors que les acheteurs dans une carte d'entreprise industrielle sont en haut du processus, dans le domaine de la construction, l'acheteur (le promoteur) participe à tout le processus, qu'il exécute ou qu'il n'exécute pas physiquement les tâches individuelles que cela implique. Cela créé un grand nombre d'intégrations horizontales, ce qui permet difficilement de voir les principaux canaux verticaux du système industriel.

---

[3] L'obligation que faisait le gouvernement à tous les propriétaires d'immeubles au centre de Ouagadougou d'ajouter au moins un étage a artificiellement gonflé ce marché jusqu'à une date récente, les investissements privés ont maintenant fortement diminué. Une grosse partie de l'espace nouvellement créé demeure vacant.

Fonctions

Pour cette carte, les fonctions ont été déterminées selon les activités requises pour la construction. Ainsi, les premières étapes (acquisition du titre constitutif de propriété, plans) sont celles nécessaires pour consolider l'idée de la construction, les suivantes (assembler les matières premières, assembler et produire les matériaux de construction) sont celles qui réunissent les ressources physiques pour construire, les suivantes (la construction gros oeuvre et la construction second oeuvre) sont celles de la construction proprement dite, et la dernière étape consiste à disposer du bâtiment (occupation, vente ou location).

En pratique, la construction suit rarement ce cours linéaire régulier. Certaines parties peuvent être construites immédiatement, alors que certaines affaires concernant le titre ou les matériaux, par exemple, peuvent ne pas être résolues jusqu'à ce que la construction est presque terminée. Quoi qu'il en soit, présentant la carte en se servant de cette structure verticale illustre les principales relations impliquées et souligne plusieurs points focaux dans le système.

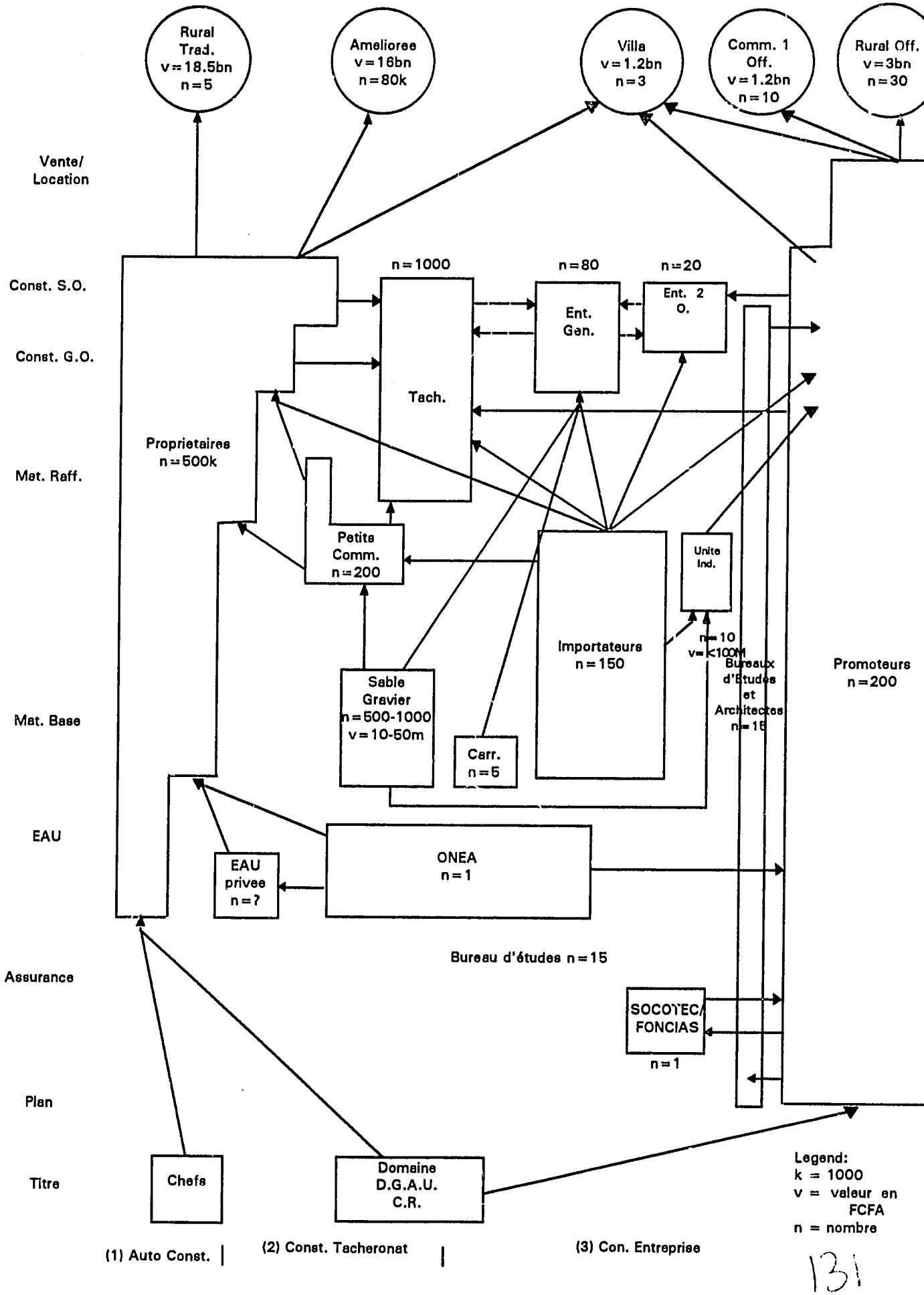
Mécanismes de coordination

La carte illustre trois principaux canaux de production qui sont décrits ci-après. Les différents intervenants de chaque étape du canal sont liés à l'étape suivante. On l'indique sur la carte à l'aide des symboles suivants : les flèches en pointillé indiquent les ventes contractuelles, les lignes doubles en pointillé indiquent les sous-traitances, et les lignes continues représentent la vente directe.

Un encadré représente l'intégration verticale dans un canal, lorsque les entreprises individuelles ou les ménages réalisent une série de fonctions. Dans le cas où une entreprise sous-traite une activité, mais conserve le contrôle du produit, les côtés de l'encadré sont en pointillé. L'abondance de relations de sous-traitance dans la construction fait que cette caractéristique est particulièrement saillante sur la carte.

Un aspect de la construction difficile à illustrer de cette manière sont les rôles multiples que jouent de nombreux intervenants. Par exemple, de nombreux grossistes en matériaux de construction sont aussi promoteurs ou propriétaires d'entreprises de construction, mais il est difficile de représenter cette intégration structurelle tout en continuant de montrer l'importante intégration fonctionnelle des diverses entreprises.

FIGURE D-1
CARTE DE LA FILIERE DE LA CONSTRUCTION



Les femmes dans la construction

Bien qu'aucune barrière légale ne s'oppose à l'entrée des femmes dans cette filière, de considérables barrières socio-culturelles s'opposent à leur entrée dans ses domaines plus lucratifs. L'enquête a identifié une seule femme chef d'une entreprise de construction, une femme chef d'une entreprise de fabrication d'éléments métalliques (atelier de soudure) et deux femmes grossistes en matériaux de construction.[4] Un plus grand nombre de femmes âgées (peut-être plusieurs centaines) gagnent un peu d'argent à ramasser du sable et du gravier qu'elles vendent à la périphérie des deux villes importantes. Un nombre encore plus grand (mais difficile à quantifier) aident la construction familiale en fournissant de l'eau, du sable et du gravier aux hommes de la famille et font du plâtrage (dans quelques régions seulement).

L'obstacle fondamental auquel sont confrontées les femmes est la conviction qu'ont pratiquement tous les Burkinabés que la construction de maisons et la construction en général sont du ressort des hommes. Bien que selon la loi actuelle, les femmes aient les mêmes droits au logement, généralement, les banques ne font pas de prêts immobiliers aux femmes sans l'autorisation de leurs maris ou de leurs pères, même si elles ont une caution.[5] Pratiquement tout le travail dans la filière se fait à l'extérieur du domicile familial, dans un pays où, bien que les valeurs évoluent, beaucoup considèrent encore que les femmes doivent rester à la maison. Pour la plupart des Burkinabés, il est difficile de croire que les femmes puissent être intéressées par la construction. Il n'existe aucun programme pour former les femmes dans ce domaine ou pour les encourager à se lancer dans cette industrie. Les quelques femmes qui y travaillent rapportent que les autorités demandent parfois si leurs licences professionnelles ne sont pas tout simplement un moyen pour entreprendre une importation illicite d'articles "de femmes", comme les bijoux.

Bien que les femmes entrepreneurs interviewées proviennent de milieux sociaux et économiques divers, elles ont toutes indiqué que c'est la nature "productive" de la construction qui les attirent dans ce domaine. Elles ont toutes fait noter que bien que la nature présente de la filière dominée par les hommes, en principe, ne devrait pas les exclure, en pratique, ce facteur dissuade une participation accrue des femmes. Les femmes entrepreneurs interviewées avaient tendance à être plus optimistes que leurs collègues hommes en ce qui concerne les futures perspectives de croissance de la filière, peut-être du fait qu'elle sont impliquées dans certains des travaux les plus innovateurs présentement en cours dans le secteur de la construction.

---

[4] La directrice de l'entreprise de bâtiment, Mme Nikiema, connaissait une femme architecte dans le service public, mais n'était pas sûre si elle travaillait dans le secteur de la construction ou des travaux publics. Les consultants n'ont pas pu trouver cet architecte. La Direction générale de l'artisanat cite 223 femmes employées dans cette filière, la plupart dans la maçonnerie (143). Les consultants n'ont pas pu trouver une seule femme maçon, et aucune personne interviewée ne connaissait de femme maçon. Il est probable que les femmes âgées qui ramassent du sable et du gravier aient été incluses dans cette catégorie.

[5] Fait rapporté à l'équipe par une représentante de l'Association Burkinabée des femmes chefs d'entreprises, qui a donné sa propre expérience à titre d'exemple.

Procédés et technologies

Vu que la construction implique des négociations et une production considérables, la présente section traite des aspects conceptuels et juridiques, ainsi que des aspects physiques de la construction.

Acquisition du titre foncier

Officiellement, l'Etat contrôle toute la terre et son affectation. Les chefs traditionnels ont toujours une influence considérable sur la répartition de l'utilisation des terres dans les zones rurales. Au Burkina, les différents groupes ethniques ont des moyens traditionnels différents pour conférer les titres fonciers en milieu rural. Nombreux sont ceux qui excluent les femmes de la propriété.

Depuis 1984, toutes les villes de grande et moyenne importance sont divisées en lotissements, 90 000 dans les deux villes principales de Ouagadougou et Bobo-Dioulasso, et 120 291 en tout. Le but était de donner des terrains à tous ceux qui en voulaient. Dès 1986, 45 000 nouveaux lotissements avaient été délimités à Ouaga et 30 000 ont été attribués. Quelques 15 000 logements pour ménages à faibles revenus ont été rasés à cette occasion et leurs habitants forcés à reconstruire en dehors de la zone de lotissements.[6]

Le ministère de l'Habitat et du Développement Urbain (DGUT) trace les lignes générales de démarcation et raccorde l'infrastructure (routes, égouts, etc.). Le ministère des Finances (Cadastre) archive ces plans et les transmet à une autre division du ministère (Domaines), qui coordonne la démarcation et confère les parcelles. Des commissions ad hoc, dont le haut commissaire, des représentants de divers ministères et les comités révolutionnaires font l'affectation individuelle et en notifient les Domaines et la DGUT. Ce procédé complexe a causé quelques problèmes d'information et des contestations de titres fonciers; la Présidence a dû intervenir en 1988 pour examiner toutes les affectations et tous les titres de propriété et pour préparer de nouveaux dossiers pour chaque parcelle. Cela a ajouté une autre institution au processus, toutefois la majeure partie de l'incertitude demeure. Une nouvelle réglementation des titres fonciers est sortie en mars 1991, elle pourrait bien remplacer le vieux système d'attribution.

Le GDBF a cherché à maximiser le nombre de propriétés en matière de nouveaux logements en maintenant les parcelles de petite taille et en établissant un prix fixe (300 FCFA/m^2) pour tous les droits fonciers. Concernant les parcelles affectées, on a trois mois pour payer 25 pour cent de cette somme, et quatre ans pour payer le reliquat et pour les "aménager". On doit construire une maison d'au moins 18 mètres carrés plus une fosse septique pour se conformer à cette condition. L'Etat reste propriétaire du terrain proprement dit.

Plan de la construction

Au Burkina, la plupart des constructions sont faites sans plan. Les décisions générales sont prises concernant la couverture du terrain et la construction démarre. Pour la construction de villas, de bureaux et de bâtiments ruraux officiels, on se sert de plans formels faits par des architectes ou des ingénieurs

---

[6] BCEOM et al., *Politique de l'habitat au Burkina Faso : Financement de l'habitat urbain*, Juillet 1990, p. 17.

civils, qui travaillent pour des bureaux d'études indépendants ou directement pour les promoteurs. Ces deux types de professionnels sont peu nombreux au Burkina. Il n'y a que 10 firmes indépendantes d'architecture et environ 60 ingénieurs civils qualifiés; la majeure partie des ingénieurs travaillent principalement sur des projets routiers et d'autres projets de travaux publics, et pas dans le bâtiment.

Assurance

L'assurance n'est utilisée que pour les villas et les bâtiments à usage de bureaux/commercial les plus chers. La prestation d'assurance dépend de la certification d'un contrôleur Français, du fait de la dépendance des agences locales d'assurances du capital français. SOCOTEX (Société du Conseil technique), une multinationale basée au Togo associée à la compagnie française d'assurances FONCIAS, exerce un contrôle strict sur la prestation d'assurances au Burkina Faso. Les plans approuvés par la SOCOTEX peuvent bénéficier d'une assurance FONCIAS. L'alternative est de faire demande auprès d'un autre assureur, qui demandera qu'un examen des plans et des ressources de l'entreprise de construction soit fait à l'étranger. De nouvelles compagnies d'assurances, comme l'Union des assurances Burkina (UAB), qui a démarré en janvier 1991, pourraient être une alternative, si elles sont à même de mettre en place une capacité locale d'examen et d'approbation des plans qui satisfasse ses sources de capital en France et dans d'autres pays.

Approvisionnement en eau

Tous les chantiers ont besoin d'eau pour préparer les matériaux de construction et pour les ouvriers. La construction rurale traditionnelle tend à utiliser les sources d'eau traditionnelles comme les puits, les citernes et autres captages. Les deux autres formes de construction utilisent deux sources d'eau, celles contrôlées par le promoteur et celles de l'Etat. Les projets plus importants négocient des systèmes d'approvisionnement avec l'ONEA (Office national pour l'eau et l'assainissement), alors que les projets moins importants achètent l'eau à l'ONEA et aux puisatiers privés, ou à des petits marchands d'eau qui l'achètent à l'ONEA et la transportent jusqu'au chantier sur des charrettes ou dans des camions-citernes.

Matériaux primaires

On utilise une diversité de matériaux de construction primaires. On se procure localement le sable, le gravier, l'argile, la pierre, la paille et une partie du bois. Le Burkina Faso a des dépôts de feldspath, de granite et de kaolin qui conviennent à la construction et il peut produire des quantités notables de silice grâce au recyclage des bouteilles, mais ces ressources ont été peu exploitées à ce jour.[7]

Le femmes et les enfants "mineurs" fournissent le plus gros de ces matériaux. Ils font des tas de sable et de gravier qu'ils trient (par taille du grain) en se servant de balais en paille et de tamis rudimentaires faits avec des bols métalliques. Le sable et le gravier sont vendus aux entreprises ou aux grossistes, soit directement soit par l'intermédiaire d'hommes.

---

[7] Résultats de l'enquête géologique réalisée pour le compte de la SONACAB, discutés au cours d'une entrevue personnelle avec le directeur général, le 24 avril 1991.

On se procure le sable, le gravier et les autres minéraux de grade plus élevé nécessaires pour les bâtiments à plusieurs étages dans les carrières. Les prix vont de 1 000 à 2 000 FCFA le mètre cube pour les matériaux de grade inférieur et de 10 000 à 14 000 FCFA pour les matériaux provenant des carrières.

Tous les autres matériaux primaires, dont le ciment, les barres de fer, le fer galvanisé (méplats et tôles ondulées) et la majeure partie du bois d'oeuvre sont importés. Les importations sont présentées sur le Tableau D-1 et la Figure D-2 ci-après. Le ciment est de loin l'importation la plus importante, provenant des cimenteries du Togo et de la Côte d'Ivoire.

Matériaux secondaires (affinés)

Ces matériaux de construction sont dérivés de la transformation des matériaux primaires. Ils comprennent les briques, les agglomérés, les tuiles, ainsi que les portes, fenêtres, grilles et autres cadres en métal et en bois.

Les plus importants sont les briques, les agglomérés et les cadres. Plus de 90 pour cent de toutes les constructions utilisent des briques ou des agglomérés. Les constructions moins chères utilisent des briques en banco séchées au soleil, fabriquées dans des moules en bois faits localement. Ceux qui ont davantage de moyens remplacent les briques en ciment, sable et gravier de tailles et de formes (espaces d'air) variables par des briques faites dans des moules métalliques de fabrication locale ou importées. La production de ces deux types de briques est à forte densité de main-d'oeuvre et utilise beaucoup de place, impliquant la collecte de la matière première, le mélange à la pelle et le moulage et séchage du produit en rangées. Une équipe de trois ouvriers (deux font le mélange et un fait le moulage et met les briques à sécher) produit de 400 à 500 briques/agglomérés par jour, qui sont vendus entre 100 et 125 FCFA pièce.

Certaines ONG et le ministère de l'Architecture et du Développement Urbain fabriquent des agglomérés en banco stabilisé, mélangeant le banco et le ciment (ou la chaux) et le moulant avec une presse hydraulique. Ce procédé est aussi à forte densité de main-d'oeuvre, demandant une équipe de cinq personnes (deux pour le mélange, un pour remplir la presse, un pour le moulage et un pour l'empilage), et permet de fabriquer de 1 000 à 1 200 agglomérés par jour. La presse Belge Terstaram est la plus communément utilisée. Un atelier local assemble ces presses avec des pièces importées (fournies par une entreprise d'équipements de matériaux de construction dirigée par une femme) et avec quelques éléments fabriqués localement. Les agglomérés en banco stabilisé représentent moins de 1 pour cent de la production et de l'utilisation totales de briques/agglomérés. Vu qu'aucune de ces briques ne sont vendues, aucun prix n'est disponible, mais selon les techniciens du ministère, les résultats de la production pilote indiquent qu'elles pourraient bien coûter 30 pour cent de moins que les agglomérés en banco.

A part un projet chinois à Banfora qui produit une petite quantité de briques en argile réfractaire, la brique réfractaire n'est pas utilisée au Burkina Faso. Les pénuries d'électricité font qu'il est difficile de maintenir une industrie de briques réfractaires quelle qu'en soit la taille. Un groupe situé au Sud de Bobo-Dioulasso produit des briques pleines en latérite en exploitant manuellement le front de tailles d'une carrière (en association avec une entreprise de construction générale appartenant à une femme).

Les agglomérés ne sont pas uniformes, mais ils se vendent 65 FCFA pièce; ils sont livrés en ville, ce qui représente environ la moitié de leur prix.

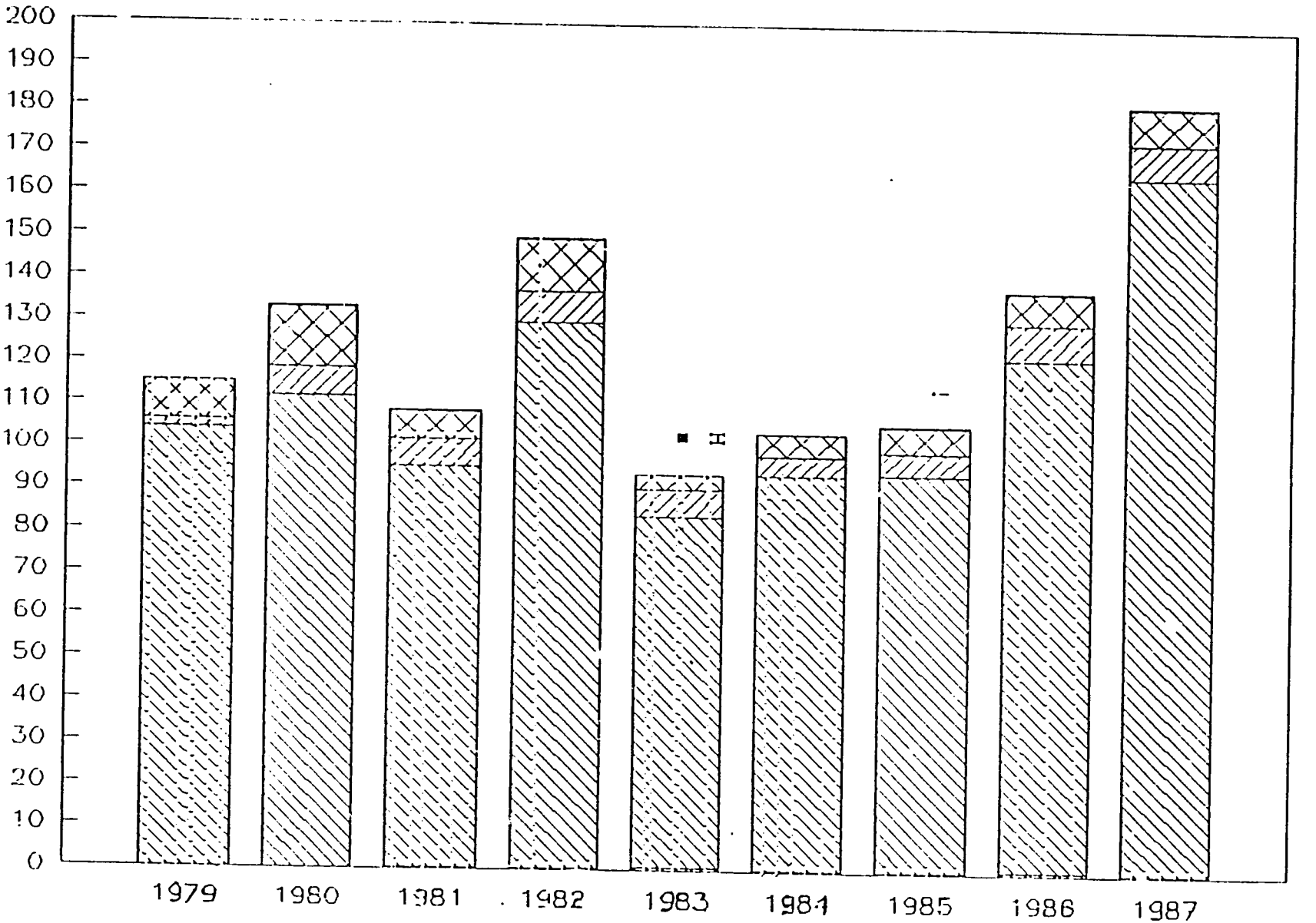
TABLE D-1

BURKINA FASO
IMPORTS ET EXPORTS MATERIAUX DE CONSTRUCTION
(1979-1987)

Description	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Imports (Tons)									
Peintures	155.6	169.8	300.5	464.1	827.5	439.3	390.3	942.1	556.5
Ciments hydrauliques	103836	111478	94694	129078	82951	93236	93767	121162	164375
Barres et profiles	1982	6950	6638	7436	6421	4626	5021	8416	8169
Toles	8940	14134	6444	12368	3392	5125	6454	7230	8350
Meubles, parties de pieces det	173.4	235.5	525.2	289.3	230	210.1	354.2	411.8	278.6
Imports (Millions de CFA)									
Peintures	87.6	112.4	158.6	232.2	318.6	287.6	214.8	456.6	341.2
Ciments hydrauliques	2093	2652	2538	4219	2909	3353	3340	4052	5957
Barres et profiles	230	844	909	1133	1006	906	909	1150	1472
Toles	1162	1854	972	2258	1537	1208	1585	2032	2195
Meubles	143	182	756	384	543	318	596	435	309

FIGURE D-2

IMPORTATIONS POUR LA CONSTRUCTION
(un unités de 10 milliens de FCFA)



137

Pour le Burkinabé, le béton est le matériau secondaire le plus sophistiqué. On le produit dans des bétonnières et des machines de coulage importées. Etre qualifié dans le domaine du béton est un atout important pour un entrepreneur vu qu'il donne accès aux trois marchés les plus lucratifs de la construction.

Les carreaux sont très populaires pour les revêtements des sols et des murs dans les logements pour ménages plus riches. Ils représentent un signe extérieur de richesse, peut-être une transition plus apparente des cases en banco des zones rurales que celle qui dérive des agglomérés. La plupart des carreaux sont importés, même si les matières premières nécessaires pour les fabriquer se trouvent au niveau local. En 1987, l'entreprise publique SONACAB (Société nationale de carreaux du Burkina) fut créée pour réhabiliter un fabricant de carreaux liquidé, mais des difficultés d'emballage et financières ont fait qu'elle lutte pour survivre, produisant à moins de 3 pour cent de sa capacité de 1989. Le directeur général de la SONACAB affirme qu'avec un capital suffisant, elle pourrait produire à 63 pour cent du prix des carreaux importés, mais il n'a pas été possible d'étudier en détail la rentabilité de cette unité.

Le Centre de technologie appliquée (CTA) du ministère du Travail a aidé un entrepreneur (M. Zourit) à obtenir des équipements de la Parry and Co. (G-B) pour fabriquer des tuiles en fibre de ciment. Ces équipements se composent de moules en fibre de verre et d'une table à secousses actionnée par un petit moteur électrique. Certaines presses Terstaram ont été équipées pour fabriquer des tuiles en banco stabilisé. Les tuiles peuvent fournir un matériau pour toitures de qualité supérieure presque au même prix que les tôles ondulées en fer galvanisé. Elles demandent cependant des toits en pente dans un pays qui a une tradition de toits plats dans les zones urbaines. De plus, le support des tuiles demande deux fois plus de bois que les toits en tôles ondulées de la même taille, un point important dans un pays qui importe presque tout son bois de construction. Les tuiles en banco stabilisé se décomposent rapidement si on n'utilise pas la proportion exacte banco/stabilisateur.[8]

Les portes et les cadres de fenêtres en bois et métalliques sont un élément essentiel de la construction rurale "améliorée" et pratiquement de toutes les constructions urbaines. Les portes ont plusieurs tailles, mais n'ont que deux styles de base, pleines ou persiennes. Les cadres de fenêtres sont soit des grilles soit des persiennes de formes diverses. Tous ces éléments sont fabriqués sur commande par des ateliers d'artisans soudeurs et menuisiers, avec seulement deux ou trois établissements métallurgistes plus importants pour la concurrence. Le manque de tailles standard pour les portes et les fenêtres favorise beaucoup les petits artisans et décourage la fabrication en série. Les projets de construction chère destinée au marché "moderne urbain" importent des éléments de portes et de fenêtres préfabriqués, et on note un certain commerce dans ces quincailleries standard, comme PERISAC.

Gros oeuvre et second oeuvre

Le gros oeuvre est l'ensemble des ouvrages (murs, planchers, plafonds, ouvertures) constituant la structure de base d'une construction. Dans la construction traditionnelle rurale et dans certaines constructions rurales améliorées et traditionnelles urbaines, cela représente la totalité du processus de construction, alors que dans les autres, cela représente la première étape d'un processus en deux étapes.

---

[8] Dans certains projets moins récents de matériaux de construction de substitution (vers 1985), cette décomposition a fait fortement douter des ouvrages en banco réalisés en général par de nombreux entrepreneurs et promoteurs.

La maçonnerie en briques/agglomérés est au centre du gros oeuvre. Les mêmes outils et les mêmes techniques de base sont utilisés pour les différents ouvrages. Les maçons utilisent des fils à plomb et des niveaux. Ceux qui construisent des villas doivent savoir lire un plan et s'y conformer. Seulement un petit nombre de maçons ont les qualifications spéciales que demande le travail du béton; la plupart ont appris le métier en construisant des routes et ne se rendent pas bien compte des exigences du bâtiment.

Le second oeuvre est un ou plusieurs ouvrages d'achèvement de la construction. L'ouvrage le plus fondamental est le plâtrage. Au niveau haut de gamme du marché, le second oeuvre implique de nombreux ouvriers qualifiés dont des électriciens, plombiers, carreleurs et peintres. Le plâtrage est un travail délicat, vu que des surfaces mal plâtrées se détériorent rapidement dans l'environnement dur du Burkina. Le travail est essentiellement fait par les hommes, mais dans certains groupes ethniques au Sud du pays quelques femmes font du plâtrage (banco), utilisant un résidu de la production du beurre de karité et d'autres matériaux qu'elles mélangent avec du sable pour former une couche résistant au vent et à la pluie. Les systèmes Ghanéens consistant à mélanger de l'huile usée, du sable et de la bouse ont été adoptés dans le Sud. Le plâtrage des constructions urbaines est en général de mauvaise qualité en raison de l'utilisation de matériaux de mauvaise qualité et du manque de traitement préalable des surfaces à plâtrer.

Occupation des bâtiments

Dans les zones rurales, les bâtiments sont en général occupés par leurs propriétaires. Dans les zones urbaines, il y a trois types d'occupation : propriétaire, location-vente et location. Les promoteurs occupent généralement les maisons qu'ils construisent et destinent leur bureaux et espaces commerciaux à leur usage personnel et à la location. La grande majorité des logements construits dans le cadre de projets du gouvernement et d'entreprises publiques dans les villes principales (comme Cité An 1, Cité An 2, etc.) sont pour la location-vente. Les projets de la SOCOGIB (Société de construction et de gestion immobilière du Burkina Faso) concernent la location-vente, alors que la CNSS (Caisse Nationale de Sécurité Sociale) construit à ce jour à des fins de location.

Canaux de distribution alternatifs

On bâtit chaque année de nombreux types de constructions au Burkina Faso, pour les ménages, les communautés, les entreprises privées et le gouvernement. Néanmoins, lorsqu'on regarde de près ce qui est impliqué dans le processus de construction - en particulier ce qui est fait par la personne à laquelle la construction est destinée, et ce qui est fait par d'autres intervenants, ceux qui fournissent biens et services - on note trois types principaux de marchés.

L'autoconstruction

Toute la construction destinée au marché "traditionnel rural", 20 à 25 pour cent du marché de la "construction améliorée", et moins de 5 pour cent du marché des "villas" sont faits dans ce canal. On se procure le sable, l'argile, la paille, l'eau et les autres matériaux de base dans les environs. On construit lorsqu'on ne doit pas se consacrer à des travaux agricoles ou à d'autres activités, en général pendant la saison sèche. Les différents groupes ont différentes traditions d'architecture et différentes préférences en matière de matériaux, mais les agglomérés en ciment sont considérés supérieurs aux agglomérés en banco, et le béton vient en première position. Les hommes font la plupart des travaux concernant la formation

des matériaux (fabrication des briques, toit de chaume, etc.) ainsi que la construction proprement dite. Les femmes et les enfants fournissent les matières premières. Les femmes font quelques travaux de second oeuvre.

Le tâcheronnat

Le propriétaire fait ici le plus gros du travail : fourniture des matériaux et construction, bien que certains matériaux soient achetés et que l'on fasse appel à l'expertise des tâcherons. Les maçons sont les artisans les plus communément employés. Ils peuvent être appelés à participer à l'acquisition du sable, du gravier et du ciment, à la fabrication et à la pose des agglomérés. Les autres artisans venant en second sont les soudeurs ou les menuisiers qui fabriquent les cadres nécessaires. Les structures métalliques sont plus chères mais on les préfère dans les zones urbaines pour des raisons de sécurité.

Il est difficile d'estimer le nombre d'entreprises artisanales concernées et le nombre de personnes qu'elles emploient. Elles pourraient aller de 500 à 1 500, à raison de 1 à 10 employés par entreprise; la plupart sont dans les deux villes principales. Plus de 75 pour cent ne sont pas enregistrées.[9]

Des contrats individuels sont passés entre le propriétaire et les artisans engagés, généralement pour un montant fixe. Le paiement anticipé varie entre 25 et 50 pour cent, une avance plus importante étant versée lorsque l'artisan fournit aussi les matériaux de construction.

Ce canal représente 50 à 75 pour cent du marché de la "construction améliorée" et environ 50 pour cent du marché des "villas".

Construction à l'entreprise

Le travail que fait ici le propriétaire/promoteur est minime, il délègue les tâches par contrat à une ou plusieurs entreprises. Dans de nombreux cas, les entrepreneurs sous-traitent certaines tâches. Pratiquement le prix de tous les matériaux et de toute la main-d'oeuvre est compris.

La construction à l'entreprise se fait par attribution de l'ouvrage à travers un ou plusieurs contrats, une attribution faite par le promoteur suivant les conseils d'un concepteur interne ou d'un concepteur engagé par contrat. Au Burkina Faso, il y a trois façons d'adjuger des contrats de construction : marché direct entre le promoteur et l'entreprise (gré à gré), consultation restreinte et appels d'offre. Que l'adjudication soit faite par appels d'offre, par consultation restreinte ou par marché de gré à gré, l'entrepreneur est lié par un prix fixe pour des services spécifiques. On convient d'un plan de financement, auquel bien souvent on ne se conforme pas. Les entrepreneurs doivent souvent couvrir leurs frais d'exploitation avec leurs propres ressources pour éviter des pertes ultérieures lorsqu'un élément clé arrête tout le chantier.

Le nombre et la complexité des contrats et des sous-traitances dépendent du promoteur et de la taille du projet. Différents promoteurs adoptent des scénarios différents d'organisation. La politique de l'entreprise publique SOCOGIB, par exemple, est de répartir l'ouvrage entre un grand nombre de petites

---

[9] L'enquête récente du GDBF et de la Banque mondiale estimait qu'à Ouagadougou seulement au moins 200 entrepreneurs artisans ne sont pas enregistrés. Voir BCEOM, p. 103.

entreprises (entrepreneurs et artisans, selon notre définition). Son dernier projet, un projet de 150 maisons, consistait en 81 contrats distincts. La SOCOGIB négocie avec une entreprise le prix de ses services, elle lui fournit les matériaux, et ses chefs de chantier, ingénieurs et architectes assurent la supervision du chantier. La CNSS, d'autre part, a récemment attribué des projets à de grosses entreprises individuelles, projets que ces entreprises peuvent sous-traiter à une ou plusieurs entreprises plus petites. Les contrats publics sont administrés par la Direction de l'Architecture et de l'Urbanisme, qui a besoin d'une autorisation spéciale pour adjuger tout contrat supérieur à 10 millions FCFA à une seule entreprise. Les travaux moins importants sont attribués à des entrepreneurs, gros et petits, mais en général pas directement à des artisans.

Le Burkina Faso compte environ 500 artisans et entreprises de construction (gros et second oeuvre) officiellement enregistrés, dont 100 appartiennent à l'association officielle des entrepreneurs de construction. La plupart sont basés à Ouagadougou. Environ 20 jouissent d'une solide réputation.[10] Aucune n'est une grosse entreprise. Seulement 22 ont un chiffre d'affaires supérieur à 100 millions FCFA par an (10 ont moins de 10 millions FCFA) et 28 ont moins de 10 employés permanents. Les plus petites entreprises ne se distinguent pas des artisans décrits dans le canal ci-dessus (à part d'être enregistrées), et certaines opèrent dans les deux canaux.

En théorie, ces entrepreneurs sont des unités qui peuvent entreprendre tous les types de projets de construction. Les plus gros emploient un ingénieur civil, un architecte, un géomètre, un technicien principal, quelques contremaîtres et un ou deux spécialistes dans la plupart des métiers - ou dans tous - (comme la maçonnerie, le carrelage, la peinture, la métallurgie, la menuiserie ou la ferronnerie. Tous embauchent temporairement du personnel qualifié et des ouvriers lorsqu'ils obtiennent de gros marchés. On en compte environ 60 à Ouaga, mais moins de 10 ont vraiment l'expérience et les moyens financiers leur permettant d'entreprendre de gros projets de construction (comme des immeubles de bureaux ou des lotissements) sans une assistance technique et en gestion. Deux appartiennent entièrement à des étrangers, et pour les autres, les entrepreneurs locaux ont soit la participation majoritaire soit ils en sont propriétaires.

Trois intervenants jouent un rôle clé dans ce canal, les concepteurs (ingénieurs civils ou architectes), les grossistes et les chefs de chantier. Le concepteur fait le plan et contrôle que chaque étape de la construction est conforme à ce plan. Il contrôle les matériaux et le travail. Les concepteurs doivent s'assurer que le projet est dans les limites du budget, mais au Burkina il n'ont pas toujours cette information. Chez quelques promoteurs, comme la SOCOGIB, et dans quelques ministères, cette fonction est interne; d'autres engagent des bureaux d'études privés.

Le grossiste fournit les matériaux essentiels importés. Dans la construction à l'entreprise, les matériaux nécessaires sont plus nombreux et plus variés. Il est intéressant de noter que les grossistes, généralement, ne fournissent pas des matériaux locaux, comme le sable et le gravier. Les entreprises de construction générale se servent de leurs propres moyens de transport pour se les procurer. En général, le grossiste fournit des matériaux conformes aux spécifications établies par le concepteur, mais sur les projets de la SOCOGIB, le grossiste (Faso Yaar) fournit les matériaux en gros à la SOCOGIB qui les répartit ensuite en fonction d'ouvrages spécifiques selon les spécifications de ses concepteurs.

Jusqu'à une date récente, le gouvernement exigeait une licence spéciale d'importation pour les matériaux de construction fondamentaux comme le ciment et les barres de fer, ce qui les rendait en fait

---

[10] Lubell, p. 64.

impossibles à importer. Il était demandé aux grossistes et aux entreprises de se les procurer par l'intermédiaire de Faso Yaar, l'agence publique d'importation. Cela entraînait des retards qui perturbaient gravement certains projets, aussi le gouvernement, après qu'une pression ait été exercée par le syndicat des grossistes (GIE MATECO), a abandonné la licence spéciale, ouvrant la voie à des sources beaucoup plus larges d'approvisionnement en gros. Dans un même temps, le gouvernement a autorisé que le dédouanement soit fait après le déblocage des importations (jusqu'à 15 jours), ce qui a réduit ultérieurement les délais.

Les chefs de chantier ont toutes sortes de formations de base. La plupart ont des compétences techniques (par opposition aux compétences académiques). Ils doivent connaître les conditions requises par toutes les tâches principales des projets de construction, de sorte qu'ils puissent garantir un travail de professionnel et une coordination optimale entre les diverses activités. Qu'il y ait une ou plusieurs entreprises sur un même chantier, il n'y a qu'un seul chef de chantier. Il est le point de contact principal pour le concepteur et pour le grossiste.

DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES ET FORCES DYNAMIQUES

Développement des entreprises

La filière de la construction comprend un si grand nombre d'entreprises différentes qu'il est difficile de les examiner toutes en détail. Dans la plupart des intervenants, deux tendances générales de développement caractérisent les innovations : une augmentation de leur nombre et une augmentation de l'intégration verticale (la plupart des encadrés sur la carte).

Augmentation du nombre

Il n'est pas possible de quantifier l'ampleur des innovations dans la plupart des catégories d'entreprises, mais il est certain que les années 1983-1990 ont connu une explosion de nouvelles entreprises dans toute la filière.[11] La forte priorité donnée à l'habitat dans les dépenses publiques et le coût relativement bas pour se lancer dans bon nombre de ces activités ont fait de la construction un domaine prioritaire pour ceux qui souhaitent investir dans des activités productives. A l'exception de la soudure, qui demande un investissement minimum de 800 000 FCFA en équipements, la construction utilise surtout des outils manuels et un nombre considérable d'ouvriers.[12] Les entreprises se sont lancées avec un minimum d'investissement en main-d'oeuvre et transport de base, utilisant les avances sur projets pour combler les déficits de qualifications et de ressources.

---

[11] La seule exception a été le retrait du Burkina Faso de trois des cinq entreprises appartenant entièrement à des étrangers au cours de la période 1987-90.

[12] Par contraste, l'équipement de base d'un maçon ne coûte que 10 000 à 24 000 FCFA, celui d'un fabricant d'agglos 50 000 à 100 000 FCFA et celui d'un menuisier 50 000 à 75 000 FCFA. Le seul comparable est le plombier second oeuvre, qui doit investir de 1 à 2 millions FCFA (outils de découpage et de soudure inclus).

La plupart des nouvelles entreprises de construction générale sont une deuxième ou une troisième activité d'entrepreneurs établis, et pas leur première activité. Nombre de ces entrepreneurs sont passés de la vente en gros ou du transport à la construction. Ils acquièrent un petit complément de main-d'oeuvre qualifiée et utilisent leurs connaissances des procédures d'importation et de soumission pour rivaliser avec les grosses entreprises publiques et privées dans les deux principaux centres urbains. S'ils ont du succès, ils utilisent les paiements anticipés pour accroître leur activité et faire le travail. En comparaison de l'établissement d'une unité industrielle, l'investissement et le risque sont faibles, et les rentabilités rapides.

Augmentation de l'intégration verticale dans la construction à l'entreprise

Cette tendance de développement s'est produite dans de nombreux types d'entreprises. Il consiste en l'appropriation de nouvelles fonctions par les participants du canal de la construction à l'entreprise. Cette intégration est soit en amont soit en aval, à mesure que les entreprises se lancent dans la fabrication des matériaux de construction et que les grossistes commencent à établir des entreprises. Elle se produit aussi au niveau de la grosse et à celui de la petite entreprise.

L'intégration en amont se produit surtout dans la fabrication des matériaux de construction comme les agglomérés et les éléments en bois et en métal (portes, fenêtres, linteaux). La fabrication des agglomérés sur le chantier par les gros et les petits entrepreneurs n'est pas nouvelle, vu que le coût élevé de leur transport et le faible niveau de qualifications que leur fabrication demande ont encouragé cette pratique. Pratiquement tous les maçons artisans proposent de fabriquer les briques sur site. Les petits projets qui achètent les agglomérés aux fabricants le font en raison de problèmes de place, de transport et (moins souvent) de temps. Certains fabricants se plaignent cependant que les gros entrepreneurs qui avaient l'habitude de sous-traiter la fabrication de leurs briques à des spécialistes embauchent maintenant leurs propres ouvriers à cet effet.

Les grosses et les petites entreprises qui se sont lancées dans la fabrication de leurs propres éléments en bois et en métal affirment qu'elles l'ont fait en raison des délais causés par des problèmes d'approvisionnement et pour des raisons de qualité. Cela a été en partie le résultat des retards d'approvisionnement de matières premières qui se produisaient lorsque Faso Yaar monopolisait effectivement les importations de matériaux de construction, et en partie du fait que les ateliers de soudure et de menuiserie sont débordés pendant les périodes de demande de pointe. Une partie peut avoir été causé par les limitations en matière de gestion du processus de construction que connaissent certaines entreprises qui se lancent dans des projets plus ambitieux. Il se peut que la fourniture de matériaux de mauvaise qualité et que les problèmes de performance une fois installés aient dérivé du fait que les principaux intervenants (comme les chefs de chantier) ne comprennent et ne communiquent pas adéquatement les spécifications des plans, ou ne contrôlent pas convenablement les matériaux livrés au chantier.

L'intégration en aval des grossistes dans la construction proprement dite et dans la fabrication des éléments de construction est le résultat de la dépendance de la filière des importations. Voyant un boom dans les matériaux de construction, les grossistes ont exploité leurs avantages en matière d'approvisionnement pour obtenir une valeur ajoutée accrue.

L'intégration des grossistes dans la fabrication des agglomérés et des éléments en bois/métal a rendu la concurrence difficile à soutenir pour les bons artisans. Ces derniers affirment que les grossistes utilisent leur position dans la chaîne des importations pour obtenir un avantage imbattable en matière de

coûts de production. Dans le total des coûts de production, le coût relativement élevé des matériaux aide fortement ceux qui ont accès à des importations bon marché.

Affluence dans le canal de la construction à l'entreprise

La majorité des entreprises, petites et grosses, anciennes et nouvelles, ont cherché à se lancer dans certaines activités de la construction à l'entreprise, soit sur le chantier, soit comme fournisseur de matériaux. Certains artisans, fabricants d'agglomérés et grossistes sont à cheval sur les canaux du tâcheronnat et de la construction à l'entreprise, mais leur objectif principal est de desservir quantitativement les trois marchés haut de gamme desservis par ce troisième canal. La nature de la demande qui évolue rapidement (voir ci-dessous) peut avoir déjà arrêté ce mouvement, et peut dans le temps causer une "retombée" de nombreux intervenants dans le deuxième canal.

Départ d'entreprises plus importantes

Toutefois, beaucoup d'entreprises de construction plus importantes sont en train de réduire leurs activités, se concentrant sur les pâturages plus verdoyants des travaux publics (routes, barrages, etc.) Les marchés offrent peu de nouveaux projets de construction suffisamment importants pour couvrir leurs frais généraux, alors que les dépenses dans le domaine des travaux publics demeurent élevées. La plus grosse entreprise locale n'entreprend à présent que des projets de travaux publics, et bon nombre d'autres entreprises essaient de suivre son exemple.

Forces dynamiques

Demande

Bien que le logement, en particulier, demeure une priorité, il ne fait aucun doute que la demande a considérablement baissé. Le boom des années 80, stimulé par l'attribution de parcelles et par de fortes dépenses publiques, a atteint un maximum. En 1991, les dépenses publiques ne seront que la moitié de celles de 1990, et les promoteurs publics ont suspendu toute nouvelle construction. Les logements terminés sont occupés, mais on a le sentiment que les sommes perçues des locataires et des locations-ventes ne sont pas suffisantes pour couvrir les frais de construction. Par exemple, 100 appartements de la CNSS viennent d'être achevés et coûtent 8 000 000 FCFA pièce; ils se louent entre 30 000 et 40 000 FCFA par mois. La CNSS obtient son capital au taux concessionnel de 10 pour cent (par rapport au taux commercial de 16 pour cent), mais même à ce taux, la location représente moins de la moitié des frais d'amortissement sur 15 ans.[13] Augmenter les loyers, cependant, mettrait ces appartements hors des moyens même des fonctionnaires de rang plus élevé qui les occupent actuellement.

---

[13] Le personnel de la CNSS reconnaît que la construction de logements abordables comporte un coût social, mais en tant qu'institution financière, elle ne peut pas continuer à construire des appartements à loyers modiques comme elle l'a fait jusqu'à présent. C'est pourquoi la CNSS a récemment suspendu tout projet de construction et entrepris d'examiner son rôle dans la filière.

Seulement une fraction des 45 000 lotissements publics de Ouaga attribués depuis 1985 ont été aménagés. Le GDBF a perçu moins du tiers des droits fonciers qui lui sont dûs. La plupart de ceux qui se sont acquitté de leurs droits n'ont pas réalisé le niveau d'aménagement prescrit. Les meilleures estimations sont que le GDBF a supporté la construction de 1 500 maisons dans ses cités de la révolution; les projets d'entreprises publiques et les promoteurs privés ont fourni 500 unités locatives, et les propriétaires ont construit 10 000 maisons neuves.[14] La moitié des premiers 60 000 lotissements n'ont toujours pas été aménagés.

Le manque de capital du propriétaire est le problème central. La moitié de la population de Ouagadougou a un revenu mensuel par ménage inférieur à 50 000 FCFA. Les logements construits par les promoteurs publics, coûtant de 3 à 8 millions FCFA l'unité, ne sont pas dans les moyens des fonctionnaires même ceux de grades plus élevés, et n'ont été faisables que grâce à une massive subvention des loyers et des frais de location-vente par l'Etat. On estime que le logement de 18 m² le moins cher construit par son propriétaire coûte plus de 200 000 FCFA (330 000 FCFA avec l'aide d'artisans), et que la construction la moins chère en agglomérés en ciment coûte plus de 600 000 FCFA (800 000 FCFA avec l'aide d'artisans).[15] Peu de ménages peuvent se permettre de construire dans de telles conditions sans une assistance financière extérieure. Ceux qui trouvent les moyens font de l'autoconstruction ou se font aider par des artisans. Pratiquement personne n'est en mesure de payer les prix facturés par les plus grosses entreprises de construction.

Le financement des banques commerciales s'obtient rarement, parce que les banques n'octroient pas de prêt avant achèvement de 20 pour cent de la valeur de l'aménagement planifié (construction de toute la structure jusqu'aux fenêtres). Vu que l'Etat reste propriétaire du terrain, le propriétaire de parcelle n'a aucune caution à offrir et peut prouver sa solvabilité seulement en construisant un bâti rudimentaire. Pour la plupart des propriétaires de parcelles, c'est une situation d'attrape sans fin : ils ont besoin de capital pour bâtir, mais ils ont besoin de bâtir pour obtenir le capital nécessaire.

Les liquidités des banques (et leur disposition à faire des prêts) sont en baisse depuis que le GDBF a fait obligation à tous les propriétaire du centre-ville de construire au moins un étage supplémentaire. La majeure partie de cette construction a été financée par un retrait de fonds des banques commerciales.

Innovation technologique

La technologie dépendante des importations, à la fois dans la construction à l'entreprise et dans le tâcheronnat, fait que ces canaux produisent des constructions plus chères que ce que les gens peuvent se permettre, en particulier pour le logement individuel. Comme indiqué, des options technologiques existent et du travail pilote a déjà été entrepris. Ceci s'est surtout produit en dehors des intervenants et des marchés principaux de la filière, les ONG et les projets des donateurs ayant utilisé des matériaux, comme les briques en banco stabilisé, et des conceptions alternatives d'architecture sans impliquer les concepteurs et les entreprises de construction en place. Cette façon de faire cavalier seul a suscité le soupçon plutôt que l'intérêt, et a contribué à amplifier les effets négatifs des imperfections trouvées dans les ouvrages précédents.

---

[14] BCEOM, p. 20.

[15] Basé sur les calculs de BCEOM, Annexe 2, confirmé par les interviews sur le terrain.

Peut-être encore plus important, cela a retardé l'adaptation de la technologie aux conditions locales en l'isolant des problèmes pratiques des producteurs (entreprises et artisans) et des consommateurs (propriétaires et locataires). Les producteurs citent comme mesures dissuasives la faiblesse des taux de production, une utilisation élevée de ciment en raison de la nature compacte des briques et un nombre limité de presses disponibles. Le producteur et le consommateur notent que bon nombre des bâtiments modèles construits, bien qu'intriguant les étrangers et représentant (peut-être) un retour aux conceptions traditionnelles, ne sont pas le type de logements que souhaitent la plupart des Burkinabés.[16] Le plus gros de ces problèmes, pour ne pas dire tous, peuvent être résolus, mais l'isolement institutionnel actuel de l'innovation technologique réduit les connaissances et les compétences auxquelles on peut faire appel pour chercher des solutions.

La nouvelle initiative du ministère de l'Architecture et du Développement Urbain "construire avec la terre", qui consiste à utiliser davantage la même presse hydraulique de base et la même technique de construction avec des briques en banco (impliquant les projets immobiliers du GDBF et les entreprises de construction privées) pourrait améliorer les perspectives d'innovation dans la filière. Beaucoup dépendra des coûts du projet pilote et de la qualité des maisons construites.[17]

Il est intéressant de noter que les entreprises de femmes, bien que fort peu nombreuses dans la filière, jouent un rôle important dans l'innovation technologique actuellement en cours. Techn-Eau-Terre, dirigée par deux femmes, est la seule entreprise qui importe des machines pour matériaux de substitution. L'entreprise Nikiema & Compagnie, dirigée par Chantal Nikiema, expérimente les briques en latérite et envisage d'établir une briqueterie. Une autre femme chef d'entreprise fait la conception de meubles métalliques.

Problèmes d'approvisionnement d'intrants

On a déjà traité des problèmes concernant les matières premières. Les mêmes problèmes existent pour les qualifications et les services essentiels. Quiconque peut déclarer être maçon, menuisier ou directeur d'une entreprise de construction compétente, et tous peuvent soumissionner.

Beaucoup d'entreprises de construction dont les propriétaires ont commencé comme grossistes ou transporteurs, approchent la concurrence dans la construction à l'entreprise comme des négociants. Conscients que le gouvernement (et beaucoup d'investisseurs privés) adjugent au moins-disant, indépendamment du niveau technique de l'entreprise et du contenu technique de son offre, ils examinent les prix de constructions connexes ou similaires et cherchent à vendre moins cher que le concurrent. Bon nombre de marchés récents ont été adjugés à des moins-disants, entraînant des pertes aussi bien pour les entreprises concernées que pour le promoteur.

C'est pourquoi, le ministère de l'Architecture et du Développement Urbain et le Syndicat des entrepreneurs de construction ont convenu en septembre 1990 de créer une nouvelle procédure d'appels d'offres basée sur un système de classement des entreprises. Basée sur son capital et son expérience, une

---

[16] Des plaintes spécifiques ont été formulées à l'encontre des formes à dôme et de la résonance excessive des constructions en briques pleines.

[17] Environ 20 maisons "en banco amélioré" ont été construites et attendent d'être assignées par le GDBF. Trois maisons en banco stabilisé sont en construction.

entreprise sera admise à soumissionner des projets à un certain niveau, ou en dessous de ce niveau, ou sera classée comme sous-traitant pour certains ouvrages.[18] Ce système est actuellement en cours d'utilisation.

Le nouveau système de classement des entreprises devrait mettre de l'ordre dans ce qui a été un laissez-faire désastreux, et pourrait faciliter la sous-traitance par des firmes privées. Toutefois, la plupart des artisans resteront exclus du système parce qu'ils préfèrent ne pas payer leurs droits d'enregistrement et taxes. Quand on leur demande pourquoi, la plupart répondent qu'ils ne peuvent pas payer d'avance des droits pour six mois.[19] La plupart ne sont pas sûrs d'avoir du travail après le marché présent, et beaucoup (les maçons en particulier) sont restés plusieurs mois sans travail l'année passée. Dans le cadre de la réglementation actuelle, la plupart continueront à chercher de petits travaux auprès de particuliers plutôt que de s'enregistrer pour pouvoir soumissionner sur le marché officiel. A moins que le gouvernement ne mette aussi sur pied un système pour évaluer les offres minimum et maximum acceptables dans le cadre de ses projets, et pour évaluer les offres sur la base d'autres critères à côté de celui du moins-disant, il continuera d'être vulnérable au "faible intérêt" qui a caractérisé bon nombre des récents appels d'offres.

Politiques gouvernementales

L'intervention du gouvernement, forte mais inconsistante, dans la filière a causé son boom passé et sa faillite actuelle. La distribution des parcelles "logement pour tous" a créé une forte demande potentielle, mais le remplacement des droits fonciers uniquement par des droits d'aménagement (l'Etat restant propriétaire des terrains) a privé les nouveaux propriétaires de la sécurité dont ils ont besoin pour mobiliser des fonds leur permettant de bâtir. Le système de droits fonciers a créé encore plus de confusion du fait de problèmes de communication interministérielle. Bien que 10 000 maisons neuves aient été construites à Ouagadougou depuis la redistribution des parcelles, 15 000 maisons ont été rasées par la même occasion.

La plus grosse partie des parcelles n'ont pas été aménagées, et les promoteurs privés potentiels sont sur leurs gardes du fait de l'incertitude concernant les droits d'aménagement dans le cadre des titres de propriété actuels et des interventions fantasques et draconiennes du gouvernement dans la filière, comme le moratoire d'une année de loyer et l'obligation d'ajouter un étage aux immeubles du centre-ville. Cette dernière mesure a aussi provoqué une forte baisse de la demande en mobilisant une part trop importante du capital des promoteurs potentiels.

---

[18] Il y aura trois types d'entreprises (générale, gros oeuvre et second oeuvre); quatre catégories d'entreprises pour les deux premiers types (capables d'entreprendre un marché égal ou inférieur à 50 millions, 100 millions, 200 millions FCFA ou au-dessus de 200 millions FCFA); et une classification de la dernière sur la base des effectifs qualifiés qu'elle emploie (exigeant 2 ouvriers qualifiés, 2 agents administratifs et 1 atelier pour chaque point de classification décerné).

[19] Le système de patente est complexe et il se peut que les artisans n'aient pas vraiment à payer d'avance une telle somme forfaitaire. Beaucoup semble dépendre du fonctionnaire consulté au moment de l'enregistrement. Les artisans sont persuadés qu'ils doivent payer d'avance, et tant que leurs droits ne seront pas clarifiés, ils continueront d'éviter l'enregistrement.

Les fortes dépenses des ministères et des entreprises publiques pour l'habitat ont porté à la création d'un petit nombre de propriétés chères (à bâtir) et d'un grand nombre d'entreprises à la recherche d'un marché qui a pratiquement disparu. D'autre part, les initiatives du GDBF et des entreprises publiques visant à impliquer des entreprises plus petites dans de gros projets ont aidé un petit nombre d'artisans à développer leurs entreprises et à améliorer leurs compétences.

OPPORTUNITES POUR UNE EXPANSION DE LA FILIERE

Bien que la filière dans son ensemble puisse se développer, le canal qui a reçu la part du lion des dépenses du gouvernement est celui des grosses entreprises, et beaucoup d'artisans passent et continueront à passer des marchés à mesure que le GDBF se retire des marchés de la construction. Bon nombre de grosses entreprises sont passées aux travaux publics, laissant aux artisans et à quelques entreprises établies le soin de trouver les marchés restants. L'avenir de la filière dépendra de la stimulation de la demande latente de ces marchés. Nombreux sont ceux qui veulent un logement, mais peu nombreux sont ceux qui sont en mesure de construire. La pénurie de capital rend ceux qui peuvent construire enclin à construire le plus possible eux-mêmes, minimisant les opportunités des entreprises et des artisans de construction. Le GDBF a créé cette situation en intervenant directement comme entrepreneur. La résolution de ses problèmes demandera son intervention plus indirecte, mais aussi plus rentable, au niveau de la politique.

Du tâcheronnat à la construction à l'entreprise par l'artisan

Le canal du tâcheronnat offre des morceaux de travail qui sont trop petits et de trop courte durée pour soutenir la plupart des MPE. Ce ne devrait pas être le cas. Si les propriétaires disposaient de plus de ressources, ils pourraient faire de plus grosses constructions, et ils construiraient d'une manière plus concertée, ce qui donnerait aux artisans la stabilité dont ils ont besoin pour leur croissance.

Réduction de la dépendance des matériaux importés/majeure utilisation des ressources locales

Au Burkina, la construction traditionnelle rurale utilise presque exclusivement des ressources locales. La construction moderne les abandonne presque toutes (à l'exception du sable et du gravier). Le Burkinabé aspire au type et au fini des maisons modernes construites dans les lotissements du gouvernement au cours de la dernière décennie, mais le prix de ces maisons et des matériaux ne sont pas dans les moyens de la grande majorité des propriétaires de parcelles.

Le Burkina Faso possède des ressources minérales et d'autres ressources qui pourraient donner des matériaux de construction de substitution. Les techniques locales de plâtrage et d'étanchéité peuvent améliorer l'aspect et la durabilité des briques en banco et des autres matériaux de substitution pour murs, toits et sols.

L'utilisation de ressources locales n'augmentera que si les matériaux de substitution peuvent être incorporés dans les conceptions que les Burkinabés considèrent à la fois solides et modernes, et que si les approvisionnements sont fiables et la qualité est conforme.

Conditions requises

Modifier les procédures d'acquisition des terrains et/ou les droits usufruitiers. Bien que les objectifs sociaux du système public d'attribution soient nobles, la distribution de parcelles de valeur égale, indépendamment de leur emplacement, et l'attribution de droits fonciers, mais pas de redistribution des terrains, ont laissé les propriétaires de parcelles sans garantie ferme pour se procurer le capital nécessaire pour construire. L'Etat a plusieurs options. Il peut décerner des droits d'aménagement des propriétés à priori plutôt qu'à posteriori, ce qui rendrait les parcelles plus sûres.[20] Il pourrait permettre le développement d'un marché secondaire des droits d'aménagement, prévoyant des règlements pour régir l'expertise et les transactions immobilières. Il pourrait reprendre possession des terrains non bâtis conformément à la valeur qui était requise et les offrir à des promoteurs. Il pourrait aussi autoriser la propriété privée des terrains.

Développer le financement de l'immobilier. Depuis 1987, le GDBF et la Banque mondiale examinent la création d'une institution de financement de l'immobilier. Sans des réformes du régime foncier, une telle institution aurait des difficultés pour attirer le capital privé souhaité. Avec une réforme foncière, la voie pourrait être ouverte à une telle initiative et à d'autres initiatives du secteur privé, dont les programmes de crédit communautaires.

La prestation de financement à long terme permettrait à de nombreux propriétaires de parcelles de construire leurs maisons. Cela ferait augmenter la demande de services des entreprises de construction, des artisans et des fabricants de matériaux de construction.

Etude plus approfondie des matériaux locaux de construction et des technologies pour leur transformation. A ce jour, le travail a été handicapé par l'isolement institutionnel. Plutôt que d'essayer de remplacer les entrepreneurs et les concepteurs déjà établis par des nouveaux, généralement les initiatives menées par les ONG, de nouvelles initiatives devraient être développées en se servant de ces intervenants déjà en place. L'accent devrait être mis sur la satisfaction des besoins des entrepreneurs (niveau de l'entreprise et de l'artisan de construction) en matière d'approvisionnement en matériaux adéquats et de qualité conforme, ainsi que sur les possibilités en matière de matériaux de substitution dans le cadre des conceptions modernes que connaissent bien les entrepreneurs et que recherchent les consommateurs. Vu que le ciment constitue le gros du volume des importations et des coûts, la priorité devrait être donnée à l'identification des réserves naturelles de matériaux cimenteux. Une mesure simple pour commencer serait d'octroyer des petits prêts aux femmes fournisseurs de sable et de gravier pour les aider à acheter des pelles et des tamis afin d'améliorer la qualité et la quantité de ces matériaux de construction essentiels.

Les entreprises de construction générale et les grossistes en matériaux de construction investissent déjà dans la fabrication des agglomérés en ciment. On devrait les encourager à considérer d'autres activités, comme la production d'agglomérés en banco stabilisé, de chaux et de briques en latérite. La SONACAB pourrait être donnée au secteur privé, qui lui apporterait le fonds de roulement et l'assistance

---

[20] Toutefois, vu que l'Etat conserve la propriété du terrain, et par conséquent le droit de l'attribuer à son gré (ainsi que le bâti sur ce terrain) à tout moment, cette mesure, en soi, ne serait probablement pas suffisante pour que les banques commerciales acceptent les terrains comme garantie.

commerciale dont elle a sérieusement besoin.[21] Le procédé d'extrusion que la SOCOGIB et les Fançais vont introduire peut fournir au marché de la construction un nouveau matériau utile, mais l'expérience de la SONACAB n'est pas de bonne augure pour cette initiative. Les revenus des propriétés de la SOCOGIB pourraient être mieux utilisés, les investissant dans une nouvelle institution de financement de l'immobilier.

Formation à travers la coordination

Le système de la SOCOGIB consistant à maximiser le nombre de sous-traitances aux petites entreprises dans tout projet a fourni un excellent moyen pour former les MPE dans les techniques de construction de maisons de haut standing. Le retrait de l'Etat du rôle de promoteur ne devrait pas résulter en ce que l'on jette tout en voulant faire trop de nettoyage. Un montant relativement modeste (en comparaison avec les sommes investies par la SOCOGIB entre 1984 et 1990) devrait servir à constituer un fonds destiné à la formation et à faciliter les sous-traitances; ce fonds pourrait être géré par l'agence du GDBF chargée de l'enregistrement et de la classification des entreprises de construction, peut-être en collaboration avec le Syndicat des entreprises de construction ou la Chambre de commerce. Il pourrait être utilisé pour une assistance sur le terrain aux artisans et aux propriétaires travaillant sur des constructions pour faibles revenus apportée par des architectes, ingénieurs ou chefs de chantier. Il pourrait aussi être utilisé pour compenser les entreprises de construction générale des coûts de la formation et de la supervision des sous-traitants sur des nouveaux lotissements financés par le gouvernement ou par des investisseurs privés.

Cette forme de subvention coopérative pourrait fortement aider les MPE à développer les compétences et les ressources nécessaires pour produire les logements modernes et accessibles que souhaitent les Burkinabés. Elle faciliterait également la transformation d'une industrie parée pour un petit nombre de projets à long terme très onéreux, qui n'existent plus, en une industrie en mesure de répondre à la forte demande insatisfaite de nombreux projets à court terme bon marché concernant des logements destinés aux ménages à faibles revenus et la rénovation de l'habitat.

Le nouveau projet de développement urbain GDBF/Banque mondiale envisage un fonds destiné à la formation dans le domaine de la construction. Cette formation serait la plus efficace si elle était mise en place par des agences bien établies, comme le Syndicat des entreprises de construction ou la Chambre de commerce.

---

[21] Cette question devra être davantage étudiée, vu qu'il n'a pas été possible d'examiner en détail la viabilité de cette activité. Nous n'avons pu obtenir aucune information sur la base de ressources des matières premières et sur la capacité des systèmes de distribution existants d'approvisionner les unités de production. On devrait aussi considérer le coût d'une alimentation électrique auxiliaire, vu que la zone industrielle d'Ouaga connaît de fréquentes coupures, et que le procédé de fabrication des carreaux est extrêmement sensible à une interruption de courant.

INTERVENTIONS A EFFET DE LEVIER

Aspect géographique

Pratiquement toute l'attention à ce jour a été prêtée à la construction dans les deux grands centres, Ouagadougou et Bobo-Dioulasso.[22] Leurs populations continuent à croître rapidement, et elles continueront à offrir les meilleures opportunités aux MPE dans le secteur de la construction. On devrait aussi faire cas des villes moyennes et plus petites comme Tenkodogo, Koudougou, Ouhaigouya et Banfora. Les tendances démographiques ailleurs en Afrique laissent penser que ces nouvelles villes pourraient croître plus rapidement que les grands centres bien établis au cours des dix prochaines années.[23] Le coût plus élevé de livraison du ciment et d'autres matériaux importés aux petites villes rend impératif la mise au point de matériaux et de conceptions meilleur marché pour que le développement continue. Le programme de planification régionale pour les villes moyennes financé par le PNUD (Programme sectoriel de développement urbain et régional des villes moyennes au Burkina Faso) du ministère du Plan pourrait fournir de précieuses informations sur les opportunités de développement des ressources et des marchés dans les 10 villes sous son autorité.[24]

Le sable et le gravier proviennent de zones limitées, comme la zone autour de Kombissiri, à environ 40 km de Ouaga. Un programme de promotion du crédit et de l'entreprise destiné aux femmes dans ces zones pourrait toucher des centaines de fournisseurs de matériaux de construction.

Noeud du système potentiel - SEHU

Si le reclassement des entreprises de construction fait par le gouvernement réussit, le Secrétaire d'Etat à l'Habitat et à l'Urbanisme (SEHU) deviendra le lieu où toutes les entreprises à la recherche de contrats gouvernementaux viendront présenter leurs références. Les artisans, pour la plupart, seront exclus de ce système, mais le SEHU pourrait leur donner des informations sur des entreprises plus importantes à la recherche de main-d'oeuvre qualifiée. Il pourrait administrer le "fonds de coopération" susmentionné.

---

[22] Les entreprises répondant à la demande du marché "officiel rural" ont aussi visé les grands centres, vu que les projets de construction rurale ont été développés par des fonctionnaires travaillant en ville.

[23] La population de la province de Sissili, où se trouve Leo, s'est accrue plus rapidement de 1975 à 1985 (103 %) que celle de Houet (89 %), où se trouve Bobo-Dioulasso. La croissance de la province de Kouritenga a été de 87 % pour la même période (Source : INSD, recensement officiel, 1989).

[24] Il s'agit de Ouahigouya, Dori, Kaya, Fada N'Gourma, Tenkodogo, Po, Dedougou, Koudougou, Banfora et Gaoua. Source : Hurtado, pages 5 & 6.

Intervenants clés du système - Ingénieurs, architectes et chefs de chantier

On trouve très peu d'ingénieurs, d'architectes et de chefs de chantier qualifiés et expérimentés au Burkina Faso. Les meilleurs sont très demandés et sont en contact avec un grand nombre d'entreprises de construction (petites et grosses), de grossistes et de promoteurs. Les impliquer dans la recherche de matériaux de construction et dans des alternatives de conceptions donnerait des résuitats qui pourraient profiter à toute la filière.

ANNEXE E

ANALYSE DE LA FILIERE DES COSMETIQUES

ANNEXE E

ANALYSE DE LA FILIERE DES COSMETIQUES

RAISON POUR ANALYSER LA FILIERE DES COSMETIQUES

Au Burkina Faso, la filière des cosmétiques englobe un ensemble varié d'activités productives et de services, de l'utilisation des ressources naturelles à la coiffure. C'est une filière extrêmement importante pour les femmes; lorsqu'on prend en compte l'aspect utilisation des ressources naturelles, les deux tiers de l'entière population féminine du Burkina pourraient bien être engagés dans la filière. Elle est aussi intéressante du point de vue de son potentiel de création et d'approvisionnement de marchés en plein essor, de création d'un lien économique avec la gestion des ressources naturelles en ajoutant de la valeur à la matière première, et d'assistance à une source limitée, mais dynamique, d'emploi urbain pour les femmes dans le secteur des services.

Le niveau matière première implique la cueillette et la transformation de la graine du karité. Cette activité engage la vaste majorité (nombre indéterminé) de la population féminine du Burkina. En 1990, les achats officiels de graines de karité seuls s'élevaient à plus de 540 millions FCFA. Le niveau réel d'activité économique, y compris les marchés ruraux des graines et la production et la vente du beurre de karité est beaucoup plus élevé.

Le niveau plus haut de gamme de la filière - production de cosmétiques et salons de coiffure - est un domaine beaucoup plus restreint, mais apparemment en croissance, réservé aux femmes. Une entreprise de production de cosmétiques à base de karité, qui appartient à des femmes et qui est dirigée par elles, semble prometteuse. Le secteur des cosmétiques en général (dont presque la totalité sont des produits importés) s'élève à environ 1,5 milliard FCFA par an, sans compter un commerce illégal des produits cosmétiques, qui est de taille et en plein essor. La possibilité de se lancer sur ce marché avec des produits faits localement à base de matières comme le karité n'a pas encore été adéquatement explorée.

Quelque peu lié au secteur des produits cosmétiques, mais potentiellement doté de liens plus étroits et d'une meilleure commercialisation des produits, est le domaine des services de coiffure. En 1985, plus de 2 000 femmes travaillaient comme coiffeuses au Burkina, du simple tressage des cheveux en milieu rural aux salons sophistiqués en milieu urbain. La valeur de l'industrie des salons de coiffure était estimée à plus de 1 milliard FCFA, avec une valeur ajoutée de plus de 800 millions FCFA. Etant donné la nature de la filière, il est cependant probable que ces valeurs soient beaucoup plus élevées.

L'arbre (le karité) est extrêmement important dans la préservation de la base de ressources naturelles au Burkina Faso, en particulier dans le Sud et le Sud-Ouest, qui n'ont pas encore été détruites par la sécheresse, l'agriculture itinérante après débroussaillement et brûlis et la surpopulation. Traditionnellement, dans ces zones, le karité est apprécié et en grande mesure protégé, aussi bien en brousse que dans les exploitations agricoles, surtout du fait de l'importance de ses graines donnant de l'huile. Ensemble avec le néré, le karité forme la base d'un système agroforestier traditionnel important pour la conservation et la bonification des sols. Les femmes contrôlent la production du beurre de karité, qui est utilisé par la famille et qui est aussi une des sources peu nombreuses de revenu pour les femmes rurales.

MARCHES DES PRODUITS COSMETIQUES

Marché intérieur

Les femmes forment la plus grande partie de ce marché. Les hommes achètent des produits comme le savon et le shampooing colorant (pour cacher les cheveux grisonnants), mais ils sont en général des acheteurs négligeables de cosmétiques.

Urbain

Le Burkina Faso a trois marchés urbains de produits cosmétiques : première qualité et chers, niveau moyen et qualité inférieure, et bon marché. Le marché des produits de première qualité est très restreint, il est approvisionné directement de la France par des petits importateurs et des pharmacies. Les produits sont chers; par exemple, un flacon de lotion pour les soins de la peau de 300 ml peut se vendre entre 3 000 et 4 000 FCFA.

Le marché de niveau moyen est plus important et plus varié. Ici aussi, les produits sont importés principalement de la France (en général illégalement) par de petits et gros importateurs. Les produits sont vendus en gros (par un grossiste important), ainsi que dans des supermarchés, des petits magasins de produits de beauté et en général dans des magasins comme Faso Yaar et Perisac. Les prix sont cependant plus variables; le même flacon de lotion coûterait ici en moyenne 2 000 FCFA. Ces produits sont utilisés par les expatriés et les Burkinabées, et sont parfois achetés par des coiffeuses qui les utilisent ou les vendent dans leurs salons.

La partie bas de gamme du marché se compose d'importations illégales de produits fabriqués en Côte d'Ivoire et au Nigéria. Ces produits sont en général vendus dans les rues et sur les marchés. Les coiffeuses les utilisent souvent parce qu'ils sont bon marché. La même lotion coûterait ici entre 800 et 1 000 FCFA. Selon plusieurs sources, la concurrence de ces importations illégales est à la hausse.

Finalement, au niveau moyen, il y a un marché très restreint de produits locaux. Une seule entreprise viable (Phycos) produit actuellement des cosmétiques de prix moyen et de bonne qualité. Ils sont surtout achetés par les expatriés (Italiens); la croissance du marché Burkinabé est lente. Phycos a promu un produit entièrement naturel à base de karité qui , à n'en pas douter, a contribué à sa réussite auprès des expatriés.

Rural

Comme on pouvait s'y attendre, le marché rural est beaucoup moins complexe que celui urbain. On trouve ici essentiellement deux niveaux étroitement liés - moyen et bas. Le niveau moyen du marché est approvisionné par des importations illégales du Nigéria et de la Côte d'Ivoire similaires à celles bas de gamme du marché urbain. La partie bas de gamme achète des produits (principalement du savon) fait par les villageoises. Dans de nombreuses régions, le savon est fait avec du beurre de karité mélangé à du carbonate de potasse; dans le Nord et à l'Est, les femmes Peul le font cependant souvent avec du lait. Il a aussi été fait avec de l'huile de coton. Les deux grosses savonneries du Burkina - SOFIB et CITEC - sont les plus gros fabricants de savon pour le marché rural.

Exportations

Dans cette filière, le marché extérieur n'est pas encore au point d'exporter des produits cosmétiques. Phycos est en train d'envisager cette possibilité et est engagée dans des exportations informelles à petite échelle par l'entremise d'expatriés et de particuliers qui voyagent à l'étranger et qui commandent pour leurs usages personnels. Le potentiel de capitaliser sur l'intérêt que démontrent actuellement les Occidentaux envers les produits naturels, plus les qualités spéciales du karité, peuvent rendre ce domaine prometteur.

Le véritable marché extérieur est celui des amandes et du beurre de karité, le premier étant plus important que le second. Le Burkina Faso est l'un des producteurs les plus importants dans le monde. Entre 1985 et 1990, il a officiellement exporté 65 510 380 tonnes d'amandes de karité. En 1985, une année exceptionnelle pour le karité, un exportateur privé a vendu les amandes 250 000 FCFA la tonne, bien que 125 000 FCFA/T f.o.b. Abidjan soit peut-être le prix plus courant. Comme dans le cas de nombreux produits primaires, le marché mondial du karité varie. Il suit généralement le cours du beurre de cacao. La principale utilisation du karité est comme additif pour améliorer le beurre de cacao dans la fabrication du chocolat. Seulement un faible pourcentage de karité est utilisé dans la production de cosmétiques. Les clients d'amandes de karité sont certaines grosses sociétés pétrolières en Europe et au Japon, comme Unilever et Aarhus au Danemark. Le karité est exporté par la Caisse de stabilisation des prix des produits agricoles (CSPPA), qui fixe les quotas d'exportation, et par des négociants privés.

Les exportations de beurre de karité ne sont pas aussi importantes; les statistiques officielles ne se trouvent pas facilement. En 1985-86, le prix de vente du beurre de karité s'élevait à 900 000 FCFA la tonne; cependant, comme nous l'avons mentionné, c'était une année exceptionnelle. L'année dernière, un négociant privé a vendu à un client Japonais 220 tonnes de beurre à 260 000 FCFA/T. Le prix moyen standard tourne autour de
375 000 FCFA/T f.o.b. Abidjan.

STRUCTURE DE LA FILIERE

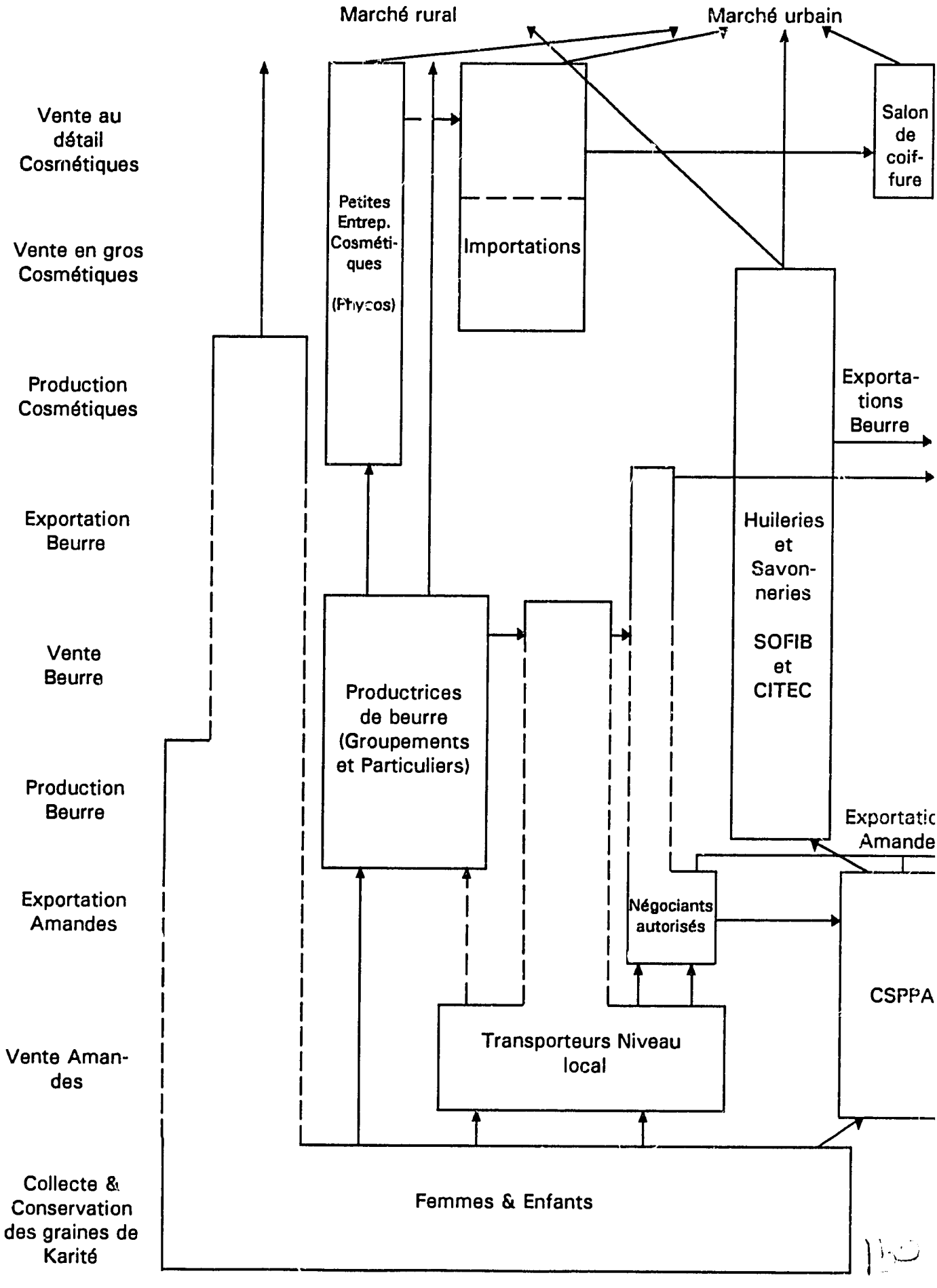
La carte de la filière

En raison de notre intérêt envers les produits cosmétiques fabriqués localement et la partie services de la filière, la carte (Figure E-1) est divisée en trois parties distinctes reliées par de minces fils d'intérêt. La première est la totalité du marché du karité, y compris les exportations, la commercialisation et la transformation. Cette partie est reliée à la production locale de cosmétiques par un nombre limité de petites entreprises. La deuxième concerne les produits cosmétiques proprement dits, dont l'écrasante majorité sont importés. La troisième est le secteur des services des coiffeuses et des salons de beauté, qui ne sont que faiblement reliés aux cosmétiques. Le concept d'utiliser les salons comme promoteurs de produits est encore extrêmement limité au Burkina Faso.

Fonctions

La carte de la filière illustre le mouvement des matières premières (karité) à travers plusieurs fonctions productives : la cueillette et la préparation des graines, la transformation des graines préparées (amandes) en beurre et, finalement, la transformation du beurre en savon et autres produits cosmétiques.

FIGURE E-1
CARTE DE LA FILIERE DES COSMETIQUES



Dans un même temps, d'importantes transactions commerciales se produisent : commerce officiel des amandes contrôlé par la CSPPA, commercialisation des amandes destinées à l'exportation et à la production de beurre, exportation du beurre, et vente du beurre destiné à la production de cosmétiques.

Plus en haut de la carte, les activités commerciales l'emportent avec les importations de produits cosmétiques, légales et illégales, et leur vente en gros et au détail. Enfin, le secteur des services des coiffeuses joue actuellement un petit rôle dans l'utilisation et dans la vente au détail des produits, mais étant donné leur nombre croissant, le potentiel de croissance dans ce domaine fait que c'est un facteur important.

Technologie

A l'exception des deux grosses huileries et de l'introduction de moulins en plusieurs endroits, la technologie locale de la transformation des graines de karité en amandes, en amandes fumées, et finalement en beurre et en savon, n'a pas beaucoup évolué dans le temps. Quelques petite presses à huile ont été introduites sur une base pilote par des projets de l'Institut Burkinabé de l'Energie, de donateurs et d'ONG. Elles l'ont été d'une manière limitée et ont connu un succès variable. En plus de la technologie, des techniques améliorées sont aussi importantes pour la production d'amandes et de beurre de qualité. Certaines méthodes traditionnelles de production du beurre donnent de meilleurs résultats que d'autres, et une meilleure précision des techniques traditionnelles pourrait faire augmenter ultérieurement la qualité et la productivité.

Cueillette et préparation des amandes fumées

La cueillette des graines et la conservation des amandes et presque exclusivement du ressort des femmes et des enfants. Presque toutes les femmes rurales dans les régions de production du karité sont actives dans ce domaine. Le karité produit ses fruits au début de la saison des pluies (mai), atteint son maximum en juin et en juillet, et va en diminuant à la fin août. Ceci coïncide évidemment avec la période de pointe de l'activité agricole, ce qui fait que les femmes peuvent difficilement consacrer tout leur temps à la cueillette des graines.

Idéalement, le fruit devrait être cueilli dès qu'il est mûr et qu'il commence à tomber. Dépendant de leurs activités agricoles, les femmes consacrent souvent une à deux heures le matin à la cueillette avant de se rendre à leurs champs. Au cours d'une journée complète de travail, une femme peut cueillir de cinq à sept sacs de 100 kg (interview à Niangoloko); la plupart des femmes ne peuvent pas consacrer une journée entière à cette activité. Une fois cueillie (et transporté à la concession si nécessaire), on laisse la graine fermenter pour la débarrasser de sa pulpe (le fruit est aussi consommé). Cela est fait soit en mettant les graines en tas, en les couvrant et en les laissant se décomposer, soit en les mettant à décomposer dans un trou, ajoutant parfois de l'eau. Lorsqu'on laisse les graines en tas, elles deviennent acides, produisant ainsi une amande et un beurre de qualité bien inférieure.

Une fois séparées de la pulpe, les graines sont soit rapidement bouillies ou chauffées, la première solution donnant une amande de meilleure qualité. Elles sont ensuite mises à sécher au soleil ou dans un four - la méthode du four est de loin préférable du point de vue de la qualité de l'huile et de sa quantité. Les graines sont à présent appelées amandes et sont prêtes à être vendues aux négociants sur le marché local, ou à être stockées dans un endroit sec. La saison du karité est aussi la période d'attente des récoltes où les gens ont le moins d'argent et de produits alimentaires. Les femmes qui cueillent et conservent les amandes sont souvent obligées de les vendre à bas prix aux négociants pour faire vivre leurs familles pendant cette période de soudure. Les prix qu'elles peuvent obtenir pour leurs amandes varient selon l'année (en fonction du prix du marché mondial et du prix officiel à la production fixé par la CSPPA), la région (près de la frontière avec la Côte d'Ivoire, par exemple, les prix payés par les exportateurs illégaux étaient 30 pour cent supérieurs au prix officiel 1990-1991) et la période de l'année.

Préparation du beurre

Le beurre est produit par les femmes qui font la cueillette du karité, généralement pour l'autoconsommation ou la vente, et par les femmes des gros villages et des centres urbains pour qui la production du beurre est une activité importante. Comme dans la cueillette, le temps que demande la production du beurre en période de pointe des activités agricoles limite la quantité que les femmes sont en mesure de produire. Celles qui n'ont pas autant de tâches agricoles (comme les femmes en milieu urbain) peuvent y consacrer plus de temps. Elles achètent souvent la plus grande partie de leurs amandes et parfois le fruit avant sa maturité, ce qui leur permet de contrôler la qualité dans la préparation des amandes.

Le groupement de femmes de Niangoloko a indiqué qu'en une semaine une femme peut traiter environ trois sacs d'amandes (sacs d'environ 100 kg) et obtenir près de 120 kg de beurre, un taux de transformation assez faible. Par contraste, le projet karité de Koudougou a rapporté des taux de 30 à 40 pour cent. Il est possible d'arriver à un taux d'extraction de 35 pour cent avec les méthodes traditionnelles. Les femmes enlèvent la mince coque des graines et les amènent au moulin. Auparavant, on les pilait dans un mortier; la plupart des femmes qui produisent une certaine quantité de beurre ont maintenant recours au moulin.

Une fois moulues, on extrait l'huile de la pâte en ajoutant alternativement de l'eau chaude et de l'eau froide et en la battant à la main. Cette tâche exténuante peut prendre plusieurs heures avant que la dernière eau froide ne soit ajoutée et que l'huile commence à se coaguler. La pâte est ensuite plusieurs fois lavée pour enlever les impuretés et finalement chauffée tout en continuant de la mélanger pour obtenir la séparation finale de l'huile.

On a essayé les presses à huile en divers endroits du pays, mais elles ont donné des résultats notablement limités. Une telle activité, organisée par un groupe religieux à Ouaga, comportait cinq presses hydrauliques de fabrication allemande et un groupement de nombreuses femmes. Bien que ce groupement ait eu des problèmes d'achat et de vente à un prix raisonnable (surtout dû au fait qu'il est impliqué avec la CSPPA), les problèmes majeurs étaient d'ordre technique. Les presses avaient de gros défauts, elles tombaient souvent en panne, et on devait commander les pièces en Allemagne. Le groupement s'est arrêté de travailler après un an.

Par contraste, un projet à Koudougou a été relativement chanceux avec une presse simple à vis manuelle. Des cinq modèles testés, cette presse Belge a été celle qui a donné les meilleurs résultats. Ce projet importe actuellement les pièces de presse et les assemble à Koudougou.

Le beurre de karité est fabriqué au niveau industriel par CITEC et SOFIB, et probablement au niveau semi-industriel par des unités moins importantes. La production est un procédé complexe de meulage, chauffage, malaxage et lavage, et d'utilisation de solvants chimiques, qui produit un beurre de qualité inférieure à celle du beurre artisanal.

Production de cosmétiques

La fabrication du savon artisanal est un procédé assez simple qui consiste à mélanger potasse et beurre de karité. Il est surtout destiné à l'autoconsommation et à la vente, exclusivement sur le marché local, où un morceau de savon de 5 cm peut coûter 25 FCFA.

Aucune des deux grosses savonneries du Burkina n'utilise actuellement le beurre de karité dans son savon de ménage en raison de son prix relativement élevé et du fait de sa forte teneur en insaponifiables qui ne convient pas à la fabrication du savon de lessive. Le karité est plus cher que des ingrédients comme l'huile de palme et les graisses animales. La CITEC a indiqué des prix de 185 FCFA le kilo et 200 FCFA le kilo pour l'huile de palme et les graisses animales respectivement, alors que le beurre de karité se vend 300 FCFA le kilo. Même si le karité était moins cher, la quantité d'ingrédients chers comme la soude caustique et le parfum que demande le savon de karité ne le rendrait pas rentable pour la partie bas de gamme du marché que desservent actuellement CITEC et SOFIB. Phycos produit un savon presque 100 pour cent à base de karité pour la partie haut de gamme du marché. Le niveau d'insaponifiables dans le beurre de karité fait qu'il convient parfaitement aux peaux sèches, vu qu'il laisse une couche protectrice sur la peau.

D'autres produits cosmétiques à base de karité, comprenant les pommades pour cheveux de la Phycos, ont été produits par Prochimie et SOFIB. Ce sont généralement de simples compositions de beurre de karité, de beurre de cacao et de parfum. Phycos est allée le plus loin dans le domaine des produits à base de karité. En plus du savon et des pommades capillaires, elle produit plusieurs types de lotions pour les soins de la peau, des huiles de massage et des shampooings. Phycos est capable de raffiner le beurre de karité, à un point où il est mieux transportable et commercialisable aux producteurs Européens. Ce qui manque actuellement à la Phycos, c'est la capacité (à la fois technique et de gestion) de le faire sur une plus grande échelle.

Comme indiqué dans l'introduction, le beurre de karité est utilisé en Europe et ailleurs dans la production de cosmétiques de qualité supérieure. Le gros du beurre de karité est toutefois utilisé en chocolaterie.

Canaux de distribution alternatifs

Comme nous l'avons vu, la filière des cosmétiques se compose de deux canaux très distincts - le canal du karité et les importations. A part le fait qu'ils se font concurrence, il n'y a aucune interaction entre les deux. Le canal du karité peut se diviser en plusieurs sous-canaux. Ce qui suit est un examen de quelques-uns des principaux canaux de distribution. Une étude plus approfondie serait indispensable pour clarifier certains points et vérifier les informations obtenues juste d'une source ou deux.

Production et consommation locales

Ce canal est un canal essentiellement non orienté vers le marché, complètement intégré, contrôlé par les femmes et les enfants. Ce sont elles qui font la cueillette des graines - une partie est consommée - conservent les amandes, font le beurre - le gros est consommé comme huile de cuisine - et font le savon. De petits pourcentages de cette production peuvent arriver sur le marché à n'importe quel niveau; la majeure partie est pour l'autoconsommation. Selon des estimations approximatives, la consommation locale totale de karité serait d'environ 4 kg/personne/an. Le montant que la CSPPA indique comme commercialisé, mais pas exporté, tourne autour de 3 millions de tonnes par année moyenne, une fraction de la consommation locale selon les estimations.

Commercialisation et exportation des amandes

Au Burkina Faso, tout le karité qui entre sur le marché est réglementé par la CSPPA. Elle fixe les prix à la production et les prix sortie usine pour les quelques 100 négociants autorisés à négocier le karité. En 1990, par exemple, le prix à la production était fixé à 18 FCFA le kilo et le prix sortie usine à 31,24 FCFA le kilo. Le gros du karité qui est vendu sur le marché Burkinabé est exporté sous forme d'amandes fumées (voir Tableau E-1). Ce canal commence avec les villageoises et passe rapidement aux petits collecteurs (généralement des hommes) qui sous-traitent aux négociants autorisés. Ces petits collecteurs doivent payer le prix officiel à la production, il semble cependant évident que les prix varient en fonction de plusieurs facteurs et qu'ils peuvent en fait être supérieurs au prix officiel lorsque l'offre et le marché mondial le justifient.

La CSSPA achète aussi directement à des particuliers et à des groupements dans quelques régions. Les femmes qui vendent en groupe touchent un pourcentage des ventes faites à la CSPPA. Concernant l'achat, l'activité actuelle de la CSPPA est extrêmement limitée; elle souhaite toutefois donner plus d'ampleur à cette activité.

Les négociants autorisés peuvent soit vendre directement à la CSPPA, soit aux deux grosses usines, CITEC et SOFIB, via la CSPPA - le prix est le même dans les deux cas. La CSPPA doit approvisionner ces usines avant de pouvoir exporter des amandes. En 1989-90, par exemple, les négociants étaient autorisés à exporter 50 pour cent de leurs amandes. En 1988-89, aucune amande n'a été légalement exportée. Il existe, évidemment, un commerce illégal des amandes, principalement le long des frontières avec la Côte d'Ivoire et le Mali. Les années où les prix du marché mondial sont élevés, ce trafic peut être considérable et peut altérer les marchés locaux et ceux qui en dépendent dans les régions limitrophes.

Production artisanale et à petite échelle du beurre de karité et des cosmétiques

La production et l'utilisation du beurre artisanal, menant à une production à petite échelle de savon et de cosmétiques, est un canal, même si le plus petit de la filière. Il est malgré tout le canal qui ajoute la plus forte valeur ajoutée à la matière première. Par exemple, Phycos achète du beurre de première qualité à 400 FCFA le kilo, le traite, et le revend 3 000 FCFA le kilo. SOFIB a produit une pommade capillaire contenant 90 pour cent de beurre de karité avec du beurre qui coûtait environ 3 000 FCFA le kilo. Ce canal est actuellement très mal documenté, et on ne sait pas combien de personnes il emploie; un petit nombre sans aucun doute.

TABLE E-1

COMMERCIALISATION ET EXPORTATION DU KARITE AU BURKINA FASO

CAMPAGNES	COMMERCIALISAT (EN TONNES)	EXPORTATION (EN TONES)	PRIX D'ACHAT AU PRODUCTEUR F CFA/K
1964/1965	694	150	7,00
1965/1966	18 658	14 871	7,00
1966/1967	90	—	7,00
1967/1968	20 819	14 549	7,00
1968/1969	14 982	12 128	7,00
1969/1970	19 784,470	16 875,470	7,00
1970/1971	13 407	9 363,220	7,00
1971/1972	15 804,332	13 401,220	7,00
1972/1973	4 875	3 373,200	7,00
1973/1974	10 380,330	7 300,360	8,00
1974/1975	15 635	750	20,00
1975/1976	48 617,920	41 115,920	20,00
1976/1977	32 402	32 402	20,00
1977/1978	56 653,786	40 591,120	22,00
1978/1979	7 263,280	4 869,280	23,00
1979/1980	39 569,648	37 634,713	24,50
1980/1981	49 606,400	49 606,400	27,00
1981/1982	26 614,800	25 484,160	43,00
1982/1983	24 019,647	20 491,200	46,00
1983/1984	66 674,070	59 598,507	58,00
1984/1985	1 646,395	990,640	58,00
1985/1986	71 317,059	26 173,000	70,00
1986/1987	8 376,800	5 911,400	40,00
1987/1988	10 140,075	6 500,000	15,00
1988/1989	4 301,469	—	15,00
1989/1990	30 168,365	26 925,980	18,00

1)- La différence entre les quantités commercialisées et exportées correspond aux livraisons à la CITEC.

2)- Les tonnages correspondent à l'ensemble de la production nationale commercialisable, manipulée par la CSPPAB et les commerçants agréés.

Comme tous les autres canaux, le point de départ de ce canal est la cueillette et la préparation des amandes au niveau du village. Bien que les femmes produisant le beurre, à savoir les femmes pour qui ce travail est une activité économique principale, cueillent une partie de leurs propres graines, elles doivent quand même en acheter une grande partie du fait de leurs besoins. Généralement, les femmes achètent leurs graines au marché, soit à des femmes qui les ont cueillies elles-mêmes, soit à des petits collecteurs/transporteurs qui les amènent dans les villages. A Niangoloko, les femme achètent ou prennent les amandes aux négociants et sont ensuite obligées de vendre à ces mêmes négociants la valeur équivalente en beurre. C'est souvent la seule façon qu'elles ont d'obtenir suffisamment d'amandes.

Une fois produit, le beurre est vendu sur les marchés locaux en petites boules ou dans des récipients de 2 à 5 kg; ces derniers se vendent entre 375 et 750 FCFA à Ouaga et Tenkodougou pendant la saison sèche. Le groupement de femmes de Niangoloko vendait du beurre aux marchands pendant la saison des pluies à 150-200 FCFA le kilo, dépendant de la qualité, et à 200 FCFA le kilo pendant la saison sèche, indépendamment de la qualité. Elles affirmaient pouvoir le vendre 300 FCFA le kilo en petites boules au marché, mais ne pas gagner cette somme aussi rapidement. La CSPPA achète également une petite quantité de beurre, mais c'est plus une exception que la règle.

Quelques savonneries achètent le beurre directement aux groupements féminins. La savonnerie Sya à Bobo le fait. Phycos achète actuellement près de 750 kg par semaine à cinq fournisseurs réguliers qu'elle a formé pour produire un beurre surchoix. Elle les paie cher (350-400 FCFA/kg) parce que leur beurre est toujours de première qualité. Comme nous l'avons dit plus haut, quelques marchands achètent aussi du beurre, surtout pour l'exporter. Selon un exportateur, le beurre surchoix vaut bien qu'on le paie 30 à 50 pour cent plus cher que le beurre de qualité inférieure.

Traitement industriel du karité

Ce canal se procure sa matière première directement auprès de la CSPPA ou auprès de négociants autorisés qui doivent passer par la CSPPA. Deux unités sont impliquées - SOFIB, une société privée, et CITEC ou SHSB, une société nationale. La SOFIB est aussi un négociant autorisé qui peut acheter directement du beurre et des graines (bien que ses collecteurs doivent aussi passer par la CSPPA); elle achète cependant ses amandes à la Caisse.

CITEC produit une quantité limitée de beurre qu'elle exporte. Ces deux dernières années, un client Européen lui a passé des commandes de beurre, mais elle a eu du mal à les satisfaire. Sa raffinerie d'huile était bien trop occupée à produire de l'huile de coton pendant cette période, le traitement du karité n'était donc pas une priorité.

SOFIB a produit une quantité limitée de cosmétiques (pommades capillaires) à base de karité. A un moment donné, elle utilisait aussi le karité dans son savon, mais elle ne le fait plus. Elle a eu des difficultés techniques et financières, et elle ne fabrique actuellement plus ce produit capillaire. Elle envisage d'en recommencer la production en 1992 du fait que cette pommade se vendait assez bien.

Importations

Bien que ce canal démarre au niveau de la vente en gros, et qu'il n'est par conséquent pas très intéressant du point de vue de la production, on doit le considérer comme le canal dominant de distribution des produits cosmétiques au Burkina Faso. Deux canaux sont manifestes : les importations légales et les importations illégales.

Importations légales. Elles proviennent principalement de la France, d'autres pays européens et des Etats-Unis. Le droit de douane sur les cosmétiques s'élève à 80 pour cent de leur valeur. Les contrôles des prix autorisent une majoration totale de 100 pour cent de la valeur importée.

Un grossiste important (SIMAS) est l'agent de presque toutes les gammes de produits cosmétiques vendues au Burkina - comme l'Oréal, Mixa, Goldys, Nivéa. SIMAS estime que ses importations annuelles représentent environ 600 à 700 millions FCFA, et que le marché total s'élève à 1 milliard FCFA par an. Sa marge bénéficiaire va de 10 à 15 pour cent, une diminution par rapport aux années passées en raison d'une augmentation de la concurrence des importations illégales. SIMAS emploie près de 100 personnes et travaille avec 10 grossistes sur une base régulière. Vu qu'il est le seul importateur en gros significatif, il approvisionne la plupart des supermarchés, des pharmacies et autres magasins généraux.

Les femmes propriétaires de salons de beauté ou de boutiques vendant des cosmétiques importent légalement de petites quantités. Soit elles achètent au cours de leurs voyages en France, à Abidjan ou à Lomé, soit elles commandent directement de la France.

Importations illégales. Il n'y a pas de données sur le niveau des importations illégales. Selon des petits et des gros importateurs, ce trafic est cependant en hausse depuis cinq ans. Apparemment, les importateurs illégaux ne s'étaient jusqu'à présent jamais trop intéressés aux produits cosmétiques, mais ils sont en train de s'impliquer de plus en plus dans ce trafic. Ces produits illégalement importés finissent dans les boutiques, les supermarchés et, finalement, dans les salons de coiffure; c'est là que les coiffeuses affirment acheter les produits qu'elles utilisent dans leurs salons. Les coiffeuses qui revendent des cosmétiques disent qu'elles importent personnellement des produits européens.

DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES ET FORCES DYNAMIQUES

Développement des entreprises

Cette filière comprend trois types d'entreprises qui seront analysés : la production du beurre au niveau du village, la production des cosmétiques et les salons de coiffure. Il est difficile au mieux d'analyser ces entreprises en relation l'une à l'autre du fait qu'il n'y a presque aucun mouvement entre canaux et même très peu de relations entre un canal et un autre.

Production du beurre de karité

Le beurre de karité est produit principalement au niveau du village où on utilise les mêmes techniques qui ont été utilisées pendant des siècles. Le gros de la consommation de beurre de karité se fait aussi au niveau du village; une partie est vendue sur les marchés locaux et une partie directement

consommée par les producteurs et leurs familles. On estime que bien plus de la moitié de la production totale du Burkina est consommée dans le pays.

Bien que ce ne soit pas documenté, il semble que la plupart des femmes sont impliquées dans toutes les étapes du processus de fabrication du beurre : cueillette et conservation des graines, préparation et vente du beurre. Elles ont des limitations de temps et des contraintes de travail. Leurs activités commerciales sont extrêmement limitées et ne contribuent qu'à accroître leur production de subsistance.

Dans certaines régions, la production et la vente de beurre de karité sont cependant une importante source de revenu pour les femmes, et ces activités sont plus ou moins considérées comme une petite entreprise. Au cours de la recherche faite pour le présent rapport, nous n'avons trouvé aucune documentation sur ce type d'entreprises; il est donc impossible de connaître dans quelle mesure le beurre est produit à ce niveau par opposition au niveau de subsistance. Le facteur le plus important dans la transformation d'un niveau de subsistance en une micro-entreprise semble être la fourniture de la matière première, les amandes de karité. La fourniture de technologies utilisant moins de main-d'oeuvre, comme les presses à karité, pourrait devenir un deuxième facteur important. Enfin, certaines compétences et stratégies d'entreprise qui font défaut pourraient aider les femmes à traiter plus efficacement avec les négociants, les intermédiaires et leurs propres stratégies de production et de commercialisation.

Production des cosmétiques

Il existe actuellement une seule entreprise au Burkina qui puisse être considérée une affaire en pleine activité dans la production des cosmétiques - Phycos. Les autres, comme Prochimie et SOFIB (dans une mesure très limitée), ont rencontré un certain nombre de problèmes, mais il se pourrait qu'elles retournent quand même sous peu à la production des cosmétiques. Au Burkina, toutes les entreprises produisant des cosmétiques utilisent des quantités variables de beurre de karité, dépendant du produit. Phycos en particulier s'est spécialisée dans les produits entièrement naturels, mettant l'accent sur le karité. Phycos achète son beurre directement à un petit nombre de femme qu'elle a formé dans les techniques artisanales améliorées. SOFIB préfère s'approvisionner auprès des groupements féminins, et pourrait y faire appel si elle recommençait à produire des cosmétiques. Prochimie achète son beurre au marché d'Ouagadougou où des femmes viennent y vendre leur beurre produit avec des techniques traditionnelles.

SOFIB et Prochimie ont été lancées par des marchands qui étaient auparavant dans un certain nombre d'entreprises diverses et qui ont vu que le secteur des cosmétiques est un secteur en pleine croissance. Les problèmes qu'ils ont rencontré ont étés des problèmes de production technique, de commercialisation, et de concurrence des importations de produits bon marché. Phycos, d'autre part, a été lancée par une femme ancien professeur de chimie à l'université qui est allée se former en France en cosmétologie. Phycos a démarré comme entreprise familiale sans aide ni crédit extérieur, et demeure une unité familiale.

Coiffeuses

Traditionnellement, les Burkinabés ne permettent pas à leurs épouses de travailler hors du domicile familial. Cette pratique varie selon la région et le groupe ethnique, mais comme règle générale, elle semble assez uniforme. Bien que les femmes Burkinabés coiffaient souvent à domicile (particulièrement le tressage des cheveux), au début des années 80, et même avant, la plupart des coiffeuses des salons étaient des Ghanéennes. Progressivement, pour des raisons à la fois sociales et

économiques, les femmes Burkinabés se sont mises à travailler hors de chez elles. Elles se sont peut-être lancées dans ce domaine parce que la coiffure est une activité culturellement acceptable pour les femmes et parce qu'elle leur permet de traiter principalement avec d'autres femmes.

Les salons de beauté sont une source d'emploi en plein essor pour les femmes dans les zones urbaines du Burkina. Ils ne sont à l'heure actuelle que faiblement liés, si toutefois ils le sont, au secteur des cosmétiques. De nombreux salons utilisent des produits comme shampooings, conditionneurs, lotions de défrisage (bien que beaucoup de clientes apportent aussi leurs propres produits); très peu de salons vendent des produits.

L'ouverture d'un salon coûte entre 150 000 et 200 000 FCFA. Comme dans les autres entreprises dirigées par des femmes au Burkina, la plupart utilisent leurs économies et l'aide financière de leurs maris ou d'autres membres de la famille. L'équipement comprend des chaises, des tables, des séchoirs (généralement deux ou trois), des cuvettes lave-cheveux, des miroirs et de petits ustensiles comme ciseaux, bigoudis et mèches pour le tressage.

Dynamique de la filière

Karité

On peut diviser la demande de karité en quatre parties : amandes - demande internationale et intérieure, et beurre - demande internationale et intérieure. Bien que la demande internationale soit beaucoup plus instable que la demande intérieure, elle est aussi plus intéressante et potentiellement rentable. Elle est également importante pour les entreprises locales (des producteurs de beurre aux producteurs de cosmétiques) car les exportateurs font concurrence aux utilisateurs locaux. Vu que les exportateurs (négociants et transporteurs locaux) sont mieux dotés en capital et mieux organisés que les producteurs de beurre locaux, ils ont un net avantage dans l'accès à cette ressource.

La plupart des négociants contactés préfèrent exporter parce que le prix est plus intéressant et parce que les accords de paiement sont plus satisfaisants. Un négociant de Bobo a indiqué que pour les amandes et le beurre de karité, il fait un bénéfice de 10 pour cent environ. Cependant, les exportateurs sont entravés par la CSPPA qui contrôle les niveaux d'exportation. Il est difficile aux négociants d'approvisionner avec régularité leurs clients internationaux lorsque les quotas d'exportation changent d'année en année. La CSPPA préfèrerait aussi exporter, mais elle doit se conformer à l'obligation d'approvisionner d'abord CITEC et SOFIB. En bref, le marché international du karité continuera probablement d'être intéressant, bien que la réglementation gouvernementale continuera à poser des problèmes en ce qui concerne la stabilité de l'approvisionnement et de la qualité.

Bien que la demande internationale de beurre de karité par opposition aux amandes soit plus faible, il y a possibilité de valeur ajoutée grâce à une bonne transformation. Les acheteurs seraient intéressés si la qualité était supérieure et si les problèmes de transport pouvaient être résolus. Si les taux de transformation obtenus actuellement en Europe (50 pour cent) pouvaient être reproduits au Burkina, la rentabilité de l'exportation du beurre, par opposition à celle des amandes, serait séduisante.

Par ailleurs, il existe un marché, restreint mais en croissance, des cosmétiques naturels aux Etats-Unis et en Europe (et dans certains pays africains). De nombreuses sociétés, petites et grosses, montrent de l'intérêt pour des ingrédients exotiques naturels pour leurs propres produits et, vraisemblablement,

pour vendre des produits faits dans les pays en développement. Des sociétés comme Phycos pourraient capitaliser sur cet intérêt en vendant du beurre de karité ou des produits finis très raffinés.

Demande intérieure

La demande intérieure de karité restera probablement assez stable, dépendant de l'évolution de l'huile de coton, qui est lentement en train de devenir un succédané du beurre de karité. Les prix au producteur semblent beaucoup fluctuer d'année en année et de région en région. Le prix officiel fixé par la CSPPA est tombé de 70 FCFA/kg en 1985/86 à 15 FCFA/kg en 1987/88. Le prix à la production de la campagne 1990/91 a été fixé à 30 FCFA/kg. A la fin de la saison sèche, les amandes coûtaient 1 400 FCFA/tine sur un marché de Ouagadougou. Dans le village de Mogo Basso (près de Sala, sur la route allant de Bobo à Dedougou), selon les femmes, elles coûtaient 800 et 1 000 FCFA/tine pendant la saison sèche et la saison des pluies respectivement. A Niangoloko, les femmes disent payer entre 27 et 30 FCFA le kilo les amandes préparées pendant la saison des pluies. Le projet karité de Koudougou a recueilli des données utiles sur les prix du karité et du beurre, données qui pourraient être complétées et analysées pour découvrir les causes et les effets de la fluctuation des prix.

Ce qui reste à voir, c'est si l'industrie nationale des cosmétiques est ou n'est pas en mesure de faire concurrence aux importations, d'utiliser économiquement le karité et de croître au point d'avoir un effet sur le marché intérieur du beurre de karité. Il est maintenant encore bien trop tôt pour prédire la façon dont évoluera cette industrie.

Production du beurre de karité

Les gros producteurs de beurre ont souvent moins de travail sur le terrain (parce qu'ils habitent en ville) et par conséquent plus de temps pour faire du beurre. Néanmoins, cela signifie aussi qu'ils doivent acheter la plus grande partie de ce dont ils ont besoin. Par ailleurs, la cueillette des graines prend beaucoup de temps et demande un déplacement sur de grandes distances pour aller en brousse. Le manque de transport est un problème. A Niangoloko, les femmes sont liées aux négociants pour leurs approvisionnements et leurs marchés quoi que, considérant les prix officiels et les prix mondiaux, on doit dire qu'elles font une bonne affaire. A Niangoloko et à Reo, les femmes préfèrent vendre sur le marché local parce qu'elles peuvent vendre un peu plus cher et, selon elles, elles réussissent toujours à vendre leur beurre.

La technique traditionnelle actuellement utilisée prend beaucoup de temps et elle est à forte densité de main-d'oeuvre. Ce facteur seul fait que le beurre ne peut pas être produit par des femmes qui sont trop jeunes, trop vieilles, ou trop faibles pour ce travail épuisant, ou par des femmes qui ont beaucoup trop de travaux agricoles. Un point important, qui sera examiné plus en détail, est la possibilité d'améliorer la préparation et le stockage des amandes de sorte que les femmes puissent produire plus de beurre pendant la saison sèche lorsqu'elles sont moins occupées. Une autre innovation importante est l'introduction de presses à karité adéquates qui peuvent réduire la durée du travail de plusieurs heures à 30 minutes. Le moulin fait aussi économiser du temps aux femmes. Les moulins exploités par des hommes font payer de 10 à 16 FCFA/kg, le prix le plus élevé est à Ouaga et le plus bas à Niangoloko.

Production des cosmétiques

Au Burkina Faso, les plus gros défis à la production des cosmétiques semblent être la concurrence des importations légales et illégales. Les produits à base de karité (et même de nombreux produits qui ne sont pas à base de karité) ne peuvent pas rivaliser avec les importations illégales bon marché de qualité inférieure provenant de la Côte d'Ivoire et du Nigéria. Ils peuvent rivaliser côté prix avec les importations légales provenant de la France et d'ailleurs; néanmoins, il existe un problème d'image sur le marché intérieur. La plupart des femmes vendant des cosmétiques disent que les Burkinabés ne veulent pas des produits faits au Burkina parce qu'ils sont inférieurs aux produits importés. Les producteurs locaux n'ont pas fait de publicité pour leurs produits ou commercialisé pour combattre ce préjugé, bien que Phycos s'intéresse à la publicité et qu'elle soit convaincue qu'elle ferait une différence. Phycos fera de la publicité quand elle le pourra, car elle dit que cela coûte très cher.

L'acceptation passive de ce préjugé par tous ceux avec qui nous nous sommes entretenus n'est pas terriblement surprenant dans une filière dominée par les femmes. Au Burkina, les femmes viennent juste de se lancer dans le commerce. Beaucoup d'entre elles semblent ne posséder aucune compétence d'entreprise et font peu d'efforts pour promouvoir leurs produits ou leurs services. Nous ne voulons pas dire par là qu'elles ne travaillent pas durement, mais la pensée de faire changer quelqu'un d'idée ou de le convaincre qu'il a besoin ou qu'il désire quelque chose en plus (un art bien maîtrisé dans beaucoup de pays) semble être absente.

Coiffeuses

Les salons de beauté ont connu un véritable boom ces cinq dernières années. Bien que nous ne puissions nous reporter à aucune étude à ce sujet, les entretiens avec des femmes, des coiffeuses et des agents d'un nouveau programme de crédit pour les femmes révèlent une certaine dynamique intéressante dans ce domaine.

Les frais des salons sont relativement élevés, en particulier les taxes; ils varient de salon à salon. Ils vont de 30 000 à 100 000 FCFA par an, la moyenne annuelle étant proche de 45 000 FCFA. Les autres dépenses importantes sont l'électricité, à raison de 11 000 à 15 000 par mois, et le loyer, qui peut aller de 10 000 à 25 000 FCFA par mois. Seuls les plus gros salons ont du personnel salarié; la plupart ont des apprenties qui sont souvent des jeunes femmes ou des filles membres de la famille. Ces apprenties ne sont pas régulièrement payées. Un autre arrangement quelque peu moins courant consiste à payer à la pièce ou à accorder un pourcentage aux employés en fonction du chiffre d'affaires.

A l'origine, les salons étaient ouverts par des Burkinabées qui en avaient les moyens (en général aidées par leurs maris ou leurs familles), mais qui ne savaient pas nécessairement elles-mêmes coiffer. Elles embauchaient (comme employées ou comme apprenties) des Ghanéennes et des Burkinabées. Le boom récent semble résulter du fait que certaines de ces employées et apprenties se mettent à leur compte en emmenant leurs clientes.

Il est difficile de savoir s'il y a ou s'il n'y a pas maintenant une seconde génération de coiffeuses au Burkina qui sont des entrepreneurs plus qualifiés et peut-être plus stables. La concurrence semble forte. Les Ghanéennes sont accusées d'être moins chères et d'utiliser des produits capillaires bon marché parfois dangereux. Mais les Burkinabées disent aussi que les Ghanéennes sont plus qualifiées et font preuve d'un meilleur esprit d'entreprise, faisant plus d'efforts pour satisfaire leurs clientes, leur montrant de l'intérêt, et créant généralement une ambiance agréable.

Dans les zones urbaines, ce marché de coiffeuses devrait vraisemblablement rester stable ou croître. Il semble probable qu'une augmentation de la concurrence mènera à une réorganisation et à un professionnalisme accru. Toutefois, la pratique de ne pas rétribuer les apprenties encourage très peu les coiffeuses qualifiées à travailler pour une patronne. Aussi longtemps que les salons ne donneront pas aux coiffeuses un emploi viable, une rotation notable de leurs employées continuera probablement à se produire dans cette industrie.

A l'heure actuelle, la plupart des salons de coiffure ne vendent pas de cosmétiques. Néanmoins, plusieurs de ceux à qui nous avons parlé seraient intéressés. Ils le voient comme un moyen de diversification. Certains ont affirmé avoir déjà vendu des cosmétiques mais avoir été taxé en plus, ce qui rend cette activité non intéressante. La plupart partagent le préjugé concernant les produits fabriqués localement; il ne semble pas s'agir d'un préjudice profondément enraciné, mais plutôt d'un manque d'information et d'expérience.

OPPORTUNITES POUR UNE EXPANSION DE LA FILIERE

Revenant à la carte de la filière, on pourrait peut-être essayer d'élargir deux encadrés, et plusieurs relations pourraient être renforcées, créées, ou du moins étudiées pour déterminer leur potentiel.

Production améliorée d'amandes et de beurre de karité

La possibilité d'améliorer qualitativement et quantitativement la production des amandes et du beurre de karité existe sans aucun doute. La question que l'on doit étudier plus à fond, est pour quel marché et pour quel prix? Les femmes rurales préfèrent vendre sur les marchés locaux parce qu'elles y obtiennent les meilleurs prix. Nous n'avons pu trouver aucune femme incapable de vendre son beurre, mais il est improbable que les marchés locaux puissent absorber une expansion importante de la production de beurre aux prix actuels. Le secteur des cosmétiques locaux est encore trop limité pour avoir un impact significatif sur la demande. Par conséquent, le marché relativement important qui reste est le marché international.

Bien que la demande d'amandes prédomine actuellement sur le marché international, il pourrait y avoir une demande pour du beurre de qualité, si le problème du transport pouvait être résolu. Selon un acheteur Européen expérimenté, beaucoup de sociétés préfèrent acheter leur beurre parce que le traitement industriel est une opération difficile et salissante.

A côté de la question des marchés, plusieurs contraintes devraient être abordées avant que l'exportation de beurre puisse augmenter. Le moment de la cueillette du karité présente un problème pour les femmes rurales qui ont des activités agricoles. Alors que la conservation des graines doit être faite aussitôt, la production du beurre peut attendre plusieurs mois - si les femmes sont capables de stocker les amandes dans un endroit sec. Le groupement de femmes qui travaille avec le projet de Koudougou adopte pour le stockage du karité la même approche du modèle de banque céréalière. Les femmes vendent (ou stockent) lorsque les prix sont bas, et revendent aux membres à un prix supérieur, mais inférieur à la valeur marchande, pendant la période où elles ont le temps de faire du beurre. Cette approche est prometteuse et il est assez surprenant qu'elle ne soit pas plus répandue.

Ce n'est pas la peine de produire du beurre si ce n'est pas un beurre de bonne qualité. L'étape la plus cruciale dans la production d'un bon beurre est celle de la conservation des amandes. Si elles sont bien conservées, non seulement le beurre sera bon, mais les amandes dureront plus longtemps et elles donneront davantage de beurre. La production proprement dite peut être améliorée avec l'utilisation de presses simples. Les presses réduisent le temps requis et peuvent améliorer les taux d'extraction. Les projets en cours que nous avons visités essaient d'accroître la production et la qualité, mais n'ont pas bien réussi à créer des marchés ou même à utiliser efficacement les marchés existants.

Le marché du karité - Opportunités de politique

On discute de la libéralisation du marché du karité au Burkina Faso depuis plusieurs années. Tous les majeurs pays exportateurs - Mali, Côte d'Ivoire, Togo, Bénin et Nigéria - ont dérèglementé leurs marchés. La possibilité d'accroître les exportations d'amandes et de beurre à travers la libéralisation du marché du karité devrait être examinée et poursuivie.

Produits cosmétiques

Il existe sans aucun doute une opportunité dans le domaine de la production de cosmétiques au Burkina Faso. Cependant, le marché intérieur est à la fois restreint et conservateur dans ses habitudes présentes. C'est pourquoi Phycos considère les possibilités d'exportation qui semblent prometteuses pour des produits cosmétiques finis et semi-finis, comme le beurre de karité hautement raffiné et conditionné. Leur potentiel d'exportation n'a pas été testé mais semble prometteur. Le marché intérieur, également, ne devrait pas être considéré comme une cause perdue, il aura besoin d'un conditionnement et d'une commercialisation plus sophistiqués et plus coûteux que celui et celle qui sont actuellement utilisés.

Coiffeuses - Opportunités de formation

La coiffure est actuellement comme la filière de la haute couture au Burkina Faso : il n'y aucun centre de formation, et les entrepreneurs qui réussissent le mieux sont des étrangers ou des Burkinabés qui se sont formés ailleurs. Il est probable qu'il y ait à présent suffisamment de coiffeuses qualifiées dans les grands centres du Burkina pour considérer la possibilité d'un centre de formation.

L'autre domaine dans lequel la formation est nécessaire est celui de la gestion générale d'entreprise pour donner des qualifications bien adaptées à la nature spécifique de la filière. Selon les femmes Burkinabées, les Ghanéennes sont meilleures commerçantes et gestionnaires qu'elles. Elles s'occupent mieux de leurs clientes et créent une ambiance plus sympathique - une qualité essentielle bien que non quantifiable dans un salon de beauté. La formation de base en comptabilité, en fixation des prix et en gestion est aussi nécessaire. Un projet donne actuellement à 14 coiffeuses Burkinabées de niveau moyen précisément cette sorte de formation. Bien que ce soit un projet de petite portée (qui doit prendre fin en décembre 1991), ses résultats pourraient être utiles pour une formation future dans ce domaine.

MPE - Opportunités de politique

La plupart des MPE, que ce soit les salons de coiffure, les boutiques de cosmétiques ou les autres entreprises, sont entravées par un système fiscal complexe, déroutant, et souvent arbitraire. Ce système

est déroutant pour les personnes instruites, et il l'est à plus forte raison pour les coiffeuses à demi instruites et à demi qualifiées et pour les propriétaires de boutiques. Il peut aussi dissuader l'expansion de l'entreprise et la diversification, les arrangements d'emploi plus formels et tout effort supplémentaire de commercialisation.

La simplification et la rationalisation du code fiscal pour qu'il convienne aux entreprises concernées pourrait potentiellement améliorer le climat de l'investissement et de la croissance des industries des cosmétiques et de la coiffure.

INTERVENTIONS A EFFET DE LEVIER

Il existe véritablement deux niveaux auxquels ces interventions peuvent être opportunes : la production et la commercialisation du karité (dont la production du beurre) et les salons de coiffure.

Le secteur de la production des cosmétiques est trop restreint et trop nouveau pour qu'une intervention puisse se justifier à l'heure actuelle. Phycos est un chef de file important dans ce domaine. Si son affaire réussit, cette entreprise pourrait accroître les possibilités d'emploi (à la fois directement et par le biais de l'achat de beurre) et inspirer d'autres entreprises. Elle s'en est bien sortie toute seule à ce jour. Elle a récemment commissionné une étude de marché d'un programme financé par la Facilité de développement des projets africains qui étudiera la faisabilité d'une expansion de ses activités. Les groupes de donateurs (y compris les ONG) devraient résister à la tentation de s'ingérer et de pousser Phycos à aller plus vite qu'elle n'est prête à le faire ou dans des voies qui ne l'intéressent pas. Jusqu'à aujourd'hui, cette entreprises dirigée par des femmes s'en est bien sortie toute seule; elle devrait continuer à s'en sortir.

Formation et technologie pour une production améliorée de karité

Comme indiqué, les possibilités d'amélioration des techniques traditionnelles de conservation des amandes et de production de beurre sont considérables. Le gros de cette amélioration pourrait être réalisé à travers des programmes de formation des femmes dans le domaine des techniques simples. En plus de la formation, l'introduction de presses simples pourrait aider à réduire le temps de fabrication du beurre et vraisemblablement à accroître les taux de transformation. Un programme qui aborde la formation et la technologie devrait être réalisé dans le cadre d'un projet de ressources naturelles. Un tel programme devrait être rattaché aux marchés commerciaux et à la création d'entreprises productrices de beurre, plutôt qu'à la seule production de subsistance.

Dialogue de politique sur la commercialisation du karité

Les politiques gouvernementales actuelles entravent la commercialisation des amandes de karité. Il est probable qu'elles entravent aussi l'aptitude qu'ont les entreprises privées d'investir dans la production et la commercialisation du karité. Une libéralisation de ce marché pourrait encourager les exportations, rendant ainsi le secteur du karité dans son ensemble plus intéressant pour investir.

Formation des coiffeuses en matière d'entreprise

Ce domaine de la filière des produits cosmétiques est actuellement sous-utilisé - particulièrement comme marché et débouché des produits et comme source d'emploi. La plupart des salons ne vendent pas de cosmétiques, mais plusieurs sont intéressés. La plupart des salons ne donnent pas aux femmes un emploi salarié, ils ont des apprenties. La formation dans ce domaine devrait comprendre des qualifications de base comme la comptabilité, la gestion du personnel, la fixation des prix et la commercialisation. Elle devrait mettre l'accent sur les domaines qui sont potentiellement les plus à même de faire croître les affaires et l'emploi - la commercialisation et la gestion du personnel. Un tel programme de formation pourrait être réalisé dans le cadre d'un programme de développement général de l'entreprise.

Dialogue de politique

Pour les MPE en général, le système fiscal actuel est, au mieux, déroutant. Au pire, il dissuade les investissements et la croissance de MPE individuelles. Les donateurs et les ONG devraient examiner le système fiscal réglementant les MPE et chercher des moyens de le clarifier et de le rendre plus adapté aux types particuliers d'entreprises. Pour les coiffeuses en particulier, les taxes qui pénalisent (soit directement soit indirectement) les propriétaires de salons lorsqu'elles vendent des produits cosmétiques ou embauchent des salariées devraient être modifiées.

ANNEXE F

ANALYSE DE LA FILIERE DU MATERIEL AGRICOLE

ANNEXE F

ANALYSE DE LA FILIERE DU MATERIEL AGRICOLE

RAISON POUR ANALYSER LA FILIERE DU MATERIEL AGRICOLE

La filière du matériel d'exploitation agricole comprend la fabrication, la distribution, la vente et le service d'une diversité d'outillages et de machines agricoles. Dans le sens le plus large, la filière comprendrait tout, de la daba aux grosses machines comme les tracteurs et les moissonneuses-batteuses. En plus du matériel directement rattaché à la préparation des champs et à la culture, des équipements comme les charrettes à traction animale, les pompes d'irrigation et les moulins à céréales pourraient aussi être inclus dans cette filière, mais ils n'ont pas été retenus aux fins de la présente analyse. Le marché du matériel agricole s'élève à près de 2 700 millions FCFA par an, dont les deux-tiers environ représentent le matériel à traction animale et les outils manuels (à bras et à main).

En vue d'accroître la production agricole, le GDBF, en collaboration avec des donateurs et des projets de développement, a entrepris d'introduire plusieurs niveaux de mécanisation auprès des cultivateurs Burkinabés. Un effort modeste a été fait pour introduire des petits tracteurs dans le Sud-Ouest, et un vaste effort à long terme a été fait dans tout le pays pour introduire le matériel à traction animale. Résultant de ce programme à long terme, on estime que 15 à 17 pour cent des petits cultivateurs utilisent actuellement du matériel à traction animale.

La fabrication du matériel à traction animale par les ateliers de forgerons, dans les villes secondaires et les zones rurales, offre une opportunité notable de développement et d'expansion ultérieure de ces micro-entreprises. Pratiquement tout le matériel à traction animale utilisé au Burkina est fabriqué dans le pays mais cette production est concentrée dans deux entreprises d'Etat qui font peu appel aux forgerons Burkinabés qualifiés. Malgré cette concentration de la production industrielle, on trouve plusieurs forgerons modernes dans le pays fabriquant des charrues complètes qui sont ensuite vendues aux cultivateurs des zones rurales dans lesquels ils sont situés.

Au Burkina Faso, le marché des outils manuels pour cultiver (la daba) est aussi très important (estimé a 900 millions FCFA par an); il est en grande partie approvisionné par la production locale. On estime qu'il y a 3 400 forgerons travaillant à plein temps, et que 24 000 personnes supplémentaires dérivent une part de leurs revenus du métier de forgeron. Le pays importe aussi un volume important d'outils manuels et en métal léger, importations qui pourraient être remplacées par des produits fabriqués localement. Une expansion de la gamme des produits des forgerons, avec en plus la fabrication d'outillages en métal léger, pourraientt être des opportunités supplémentaires de croissance et d'expansion des entreprises.

Les politiques du GDBF seront l'élément clé pour établir une orientation générale pour le développement de cette filière. Les unités industrielles existantes ont d'impressionnantes capacités techniques, mais la production continue de matériel mécanique relativement simple ne fait pas la meilleure utilisation de ces capacités. Les politiques gouvernementales qui encourageraient la décentralisation de la fabrication du matériel à traction animale, et qui protégeraient les marchés pouvant être approvisionnés par la production locale, pourraient accroître les opportunités des entreprises rurales et faire en sorte que

les unités industrielles se lancent dans des domaines de production qui sont nouveaux et peut-être plus rentables.

MARCHE DU MATERIEL AGRICOLE AU BURKINA FASO

On estime que la valeur du marché intérieur du matériel agricole de l'année civile 1990 s'élevait à 2,5 milliards FCFA. Ce marché se répartit plus ou moins également entre trois catégories générales - matériel motorisé, matériel à traction animale et outils manuels. Comme on pourrait le prévoir, la valeur locale ajoutée à la catégorie du matériel motorisé est minimale, alors que celle ajoutée à la catégorie des outils manuels est importante. La valeur locale ajoutée à la production du matériel à traction animale est importante, mais cet équipement ne représente qu'un pourcentage relativement faible de la valeur totale du marché. Il est possible d'accroître la valeur ajoutée au Burkina dans cette catégorie. La présente section du rapport donnera une perspective historique de chacune des trois strates du marché, et examinera leurs perspectives futures de développement et de croissance.

Le marché du matériel motorisé

On compte environ 600 tracteurs motorisés de toutes tailles au Burkina, dont presque 400 sont des petits tracteurs assemblés par la SOFITEX à Bobo-Dioulasso. Le marché annuel des tracteurs de toutes tailles est estimé à 870 millions FCFA, et les ventes sont en hausse depuis cinq ans du fait de l'introduction des petits tracteurs par SOFITEX. Ce marché devrait demeurer stable, ou en légère baisse, dans les années à venir, avec une moyenne de 10 à 20 gros tracteurs, de 50 à 80 petits tracteurs et un nombre inchangé de motoculteurs vendus chaque année. Ce marché est géographiquement concentré (en particulier dans le cas des petits tracteurs) dans le Sud-Ouest du pays, allant de pair avec la concentration de la production cotonnière. Les opportunités d'expansion des activités des micro-entreprises (forgerons et mécaniciens) sont assez faibles dans cette catégorie. SOFITEX a cherché à inclure les forgerons et les mécaniciens locaux dans sa promotion des petits tracteurs en aidant quelques-uns à installer des ateliers pour l'entretien et la réparation des tracteurs. Hélas, ce marché est restreint et sa croissance est lente, aussi n'offre-t'il guère d'opportunités aux nouveaux entrants.

Le marché du matériel à traction animale (TA)

L'emploi de matériel à traction animale (charrues et charrettes) est promu au Burkina depuis la moitié des années 60, la production locale ayant démarré au milieu des années 70. On estime que 15 à 17 pour cent de tous les cultivateurs Burkinabés l'utilisent. La part réelle du marché varie considérablement de région à région, la plus forte utilisation se produisant dans le Sud-Ouest, dans environ 40 pour cent des exploitations agricoles. Bien que la traction animale semble être au Burkina une technologie appropriée pour les petits cultivateurs, un certain nombre de conditions doivent être remplies si l'on veut qu'elle soit rentable pour le paysan. Comme condition minimale, le cultivateur doit disposer de 3 à 5 hectares, ainsi que d'une culture marchande ou d'une source alternative stable de revenu pour produire les fonds nécessaires à l'achat de l'équipement. D'autres facteurs, comme la disponibilité de crédit, d'animaux de trait, de services de formation et d'argent comptant pour verser un acompte influencent la décision du cultivateur d'adopter le matériel à traction animale.

La tendance générale des ventes des dix dernières années a été à la baisse et les perspectives futures de ce marché semblent limitées. Dans le Nord et dans l'Est, où la surexploitation a dégradé la terre et où les paysans ont de faibles revenus monétaires, les perspectives de ventes - sans compter les programmes financés par les donateurs ou par les ONG (dons ou subventions aux paysans) - sont limitées. Un certain potentiel existe encore dans les provinces méridionales, où la pression démographique n'est pas si forte et où les rendements sont encore adéquats. Le Sud-Ouest du pays offre le meilleur marché potentiel, mais ici l'implantation sur le marché a déjà atteint un niveau élevé. A mesure que continue la migration interne vers le Sud-Ouest (particulièrement vers les provinces relativement moins peuplées de Comoe et Poni), et que de nouvelles exploitations agricoles sont établies, cette région devrait fournir la meilleure opportunité de vente de matériel nouveau.

En plus des charrues, le marché des charrettes et des chariots à traction animale a été assez stable. Ces deux instruments agricoles représentent un pourcentage important de la valeur du marché du matériel à traction animale, généralement de l'ordre de 60 à 70 pour cent. Les ventes de chariots étaient élevées au début des années 80, lorsque le chariot était relativement nouveau sur le marché, et que les paysans percevaient de bons prix et que leurs rendements étaient bons. Les ventes de la période 1983-1990 ont été irrégulières, mais elles représentaient toujours en valeur une part importante du marché. Les ventes de charrettes devraient rester assez stables dans les années à venir. Le transport de l'eau, des récoltes, des briques et de toutes sortes d'autres produits sur des charrettes est répandu au Burkina.

Le marché des outils manuels

Le marché de la daba et d'autres outils manuels pour cultiver n'a pas été évalué, et il est difficile de l'estimer avec précision. Nous estimons que sa valeur annuelle s'élève à 900 millions FCFA. Presque tout ce marché est satisfait par la production locale, qui provient en majeure partie des forgerons traditionnels des zones rurales. Vu que pratiquement chaque Burkinabé possède une daba, et que les dabas doivent être régulièrement remplacées, le marché de cet outil devrait continuer à progresser du moins au même rythme que la population. Dans les années à venir, ce marché, et probablement le développement de marchés de produits complémentaires (comme les pelles, les pioches et les seaux) continuera d'être un marché important pour les forgerons traditionnels et les forgerons modernes.

Le marché du service après-vente (SAV)

La valeur de ce marché n'a également jamais été évaluée, bien qu'en se basant sur le nombre de charrues vendues au cours des derniers 15 à 20 ans, on pourrait l'estimer à 200-400 millions FCFA par an. On suppose ici que chacun des quelques 100 000 paysans utilisant du matériel à traction animale achète une pointe de soc de rechange pour sa charrue par an, et qu'il achète et fait réparer d'autres pièces. Ce marché représente une importante source de revenus pour les forgerons modernes et traditionnels, et il est aussi la principale source de revenus de certains ateliers de petits artisans à proximité des grands centres urbains.

Les forgerons sont peu impliqués dans le service après-vente du matériel motorisé, à l'exception des quelques ateliers assistés par le projet petits tracteurs de la SOFITEX. Dans l'ensemble, ce marché n'offre pas beaucoup d'opportunités aux forgerons en raison du nombre limité de tracteurs et des conditions plus complexes de fabrication des pièces. Il existe peut-être un petit marché du SAV pour les outils manuels, mais il s'agirait essentiellement de la production et de la vente de dabas de rechange.

La valeur du marché du SAV du matériel à traction animale, relativement parlant, est peut-être égale à environ la moitié des ventes annuelles de matériel à TA neuf. Comme tel, ce marché est un domaine important pour les micro-entreprises et, si possible, leur rôle devrait ici être protégé et renforcé. Le problème majeur rencontré par les forgerons qui desservent ce marché, comme c'est le cas pour le marché du matériel à TA neuf, est l'accès aux matières premières, à l'outillage et à l'équipement.

STRUCTURE DE LA FILIERE DU MATERIEL AGRICOLE

La carte de la filière du matériel agricole

Le point de départ de l'analyse de cette filière a été une définition et une classification des produits devant y être inclus. Définie dans les grandes lignes, la filière devrait comprendre non seulement le matériel utilisé dans la production agricole primaire, mais aussi le matériel auxiliaire comme celui utilisé pour faciliter l'accès à l'eau, celui utilisé dans le transport et dans la transformation.

Aux fins de cette analyse, nous avons essayé d'identifier l'ensemble du matériel rattaché à l'agriculture régulièrement utilisé au Burkina Faso, et ensuite de le classer par catégories selon son emploi et sa source d'énergie. La classification ci-après a ainsi été faite :

Tableau I : Classification du matériel agricole

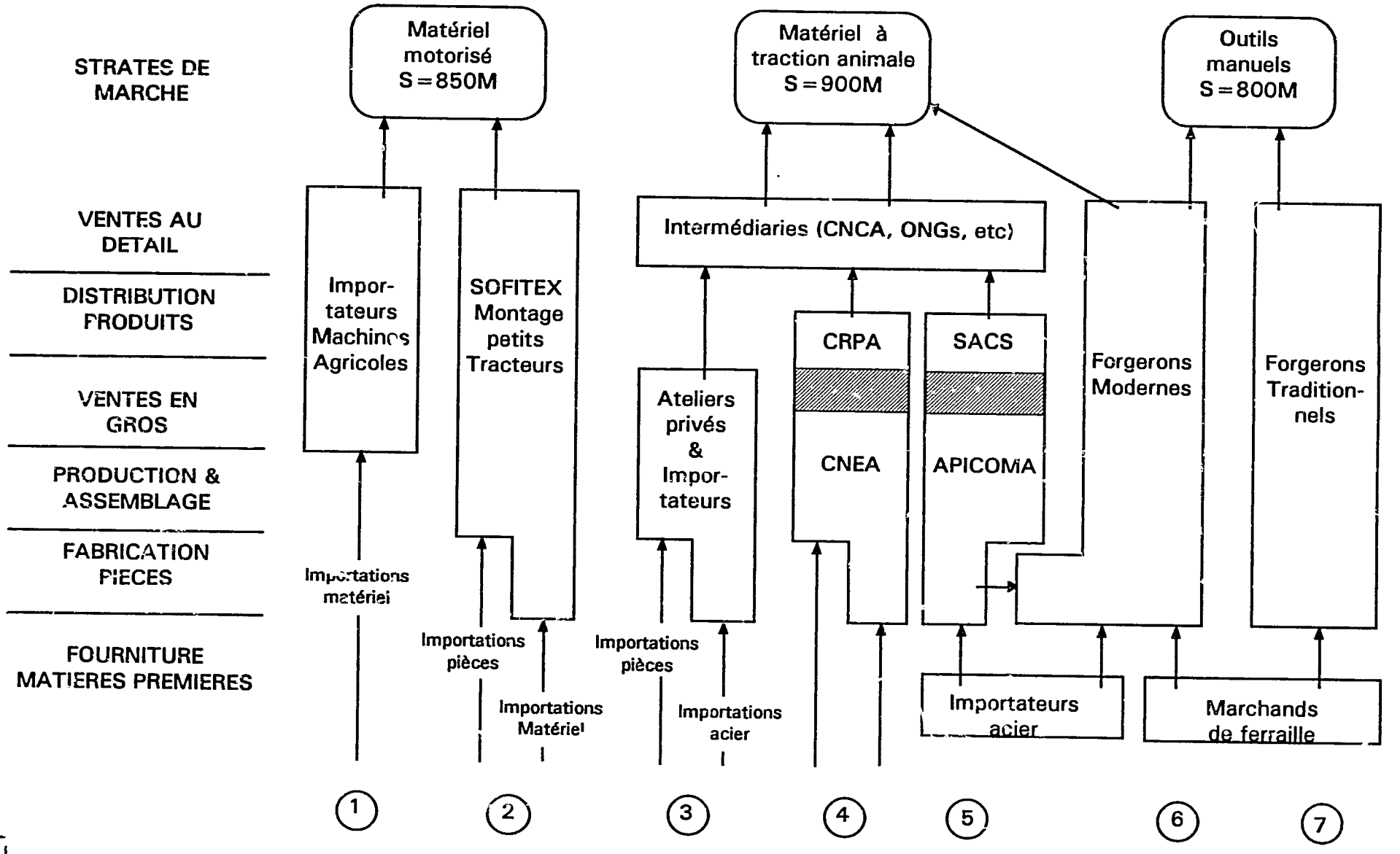
SOURCE ENERGIE	PRODUCTION AGRICOLE	MATERIEL AUXILIAIRE
Humaine	Daba, machette, coupe-coupe, pioche, pelle	Brouette, pompe à main, pousse-pousse, batteuse à pédale
Animale	Charrue TA, houe, manga, multiculteur	Chariot, pompe & moulin actionnés par animal
Moteur	Motoculteur, petit tracteur, gros tracteur	Pompe à eau, pompe d'irrigation, remorque pour tracteur

Du fait qu'on produit très peu de matériel auxiliaire au Burkina, et pour faciliter l'analyse de la filière, nous avons concentré notre analyse sur les outils et les machines se trouvant dans la première colonne, à savoir la production agricole.

Sur la base de cette classification, on trouve trois marchés importants de machines agricoles au Burkina :

- Cultivateurs utilisant des machines agricoles motorisées
- Cultivateurs utilisant des machines à traction animale
- Cultivateurs de subsistance n'utilisant que des outils manuels.

BURKINA FASO CARTE DE LA FILIERE DU MATERIEL AGRICOLE



Nous avons identifié sept canaux distincts de production et de distribution desservant ces trois marchés, presque tous se spécialisant dans la satisfaction des besoins d'un de ces trois marchés. Dans deux cas seulement (Canaux 6 et 7), les intervenants d'un canal essaient de commercialiser leurs produits et leurs services sur plusieurs marchés.

Bien que ces marchés aient été identifiés comme distincts, particulièrement en termes de production et de distribution, les paysans tendent à acheter des machines dans plusieurs de ces catégories. Pratiquement toutes les exploitations agricoles au Burkina ont des outils à main (surtout des dabas), ainsi on peut inclure dans cette strate du marché toutes les exploitations, et même les résidents urbains. A l'heure actuelle, près de 100 000 paysans possèdent du matériel à traction animale, et peut-être 50 000 paysans de plus pourraient efficacement l'utiliser. La taille véritable du marché est fortement influencée par la disponibilité du crédit ou par d'autres programmes de distribution de matériel subventionnés par les donateurs. Tous les paysans du marché des machines motorisées sont passées par la phase de la traction animale, mais ils ne sont probablement plus présents sur ce marché.

Au Burkina, celle filière est encore aux premiers stades du développement industriel, des activités assez fondamentales étant réalisées dans chacun de ses canaux. Dans chaque canal de la filière, les activités peuvent se diviser en six fonctions distinctes, à savoir :

- Fourniture de matières premières
- Production de pièces
- Fabrication et assemblage
- Ventes en gros
- Distribution des produits
- Ventes au détail

Dans de nombreux cas, les distinctions entre ventes en gros, distribution, et ventes au détail ne sont pas claires, et les prix restent généralement les mêmes à tous les niveaux. Ces fonctions sont plus clairement établies dans les canaux qui ne traitent qu'avec des produits importés.

La matière première essentielle pour la fabrication de tous les équipements agricoles est l'acier, toute une gamme de profilés, de grades et de formes. En se déplaçant de la gauche vers la droite sur la carte de la filière, la fourniture des matières premières passe des produits finis (dans le cas des importations de tracteurs) à l'importation de barres et de profilés en acier pour la fabrication locale. La plupart des canaux importent directement (importateurs, SOFITEX, CNEA et APICOMA), alors que les forgerons modernes ont tendance à faire appel aux importateurs locaux ou à acheter chez APICOMA. Généralement, les forgerons traditionnels n'utilisent pas de matériel importé, mais ils ont tendance à utiliser l'acier recyclé fourni par des intermédiaires qui le récupèrent auprès de sources diverses.

La fonction suivante est la fabrication de pièces. De nouveau, à mesure que l'on se déplace de la gauche vers la droite, cette fonction devient une composante plus importante de l'activité globale. Dans le canal 2 (SOFITEX), la production de pièces représente toujours une part relativement limitée de son activité globale, mais pratiquement toutes les pièces destinées à la production finale sont fabriquées dans le canal 6 (forgerons modernes).

La fabrication et l'assemblage est l'étape suivante du processus de production et de distribution. C'est un élément important dans les canaux 2 à 6. Dans le canal 1, il n'y a ni fabrication ni assemblage, alors que dans le canal 7, les forgerons fabriquent des pièces mais ne font pas d'assemblage. La fabrication et l'assemblage sont les activités essentielles dans les canaux 2 à 6.

Les ventes et la distribution des produits finis aux utilisateurs sont faites de manière diverse, dépendant du canal. Dans le cas des machines importées, les entreprises de ce canal traitent directement avec leur utilisateur final. C'est aussi le cas dans le canal 2, la fabrication locale de tracteurs chez SOFITEX. Dans les canaux 3 à 5, la situation devient moins claire à cause du rôle que jouent les organisations intermédiaires. Ces dernières fournissent diversement du crédit, des services de formation, de distribution et/ou d'autres services pour faciliter le passage des produits des producteurs à leurs utilisateurs. Dans les canaux 6 et 7, la relation entre producteur et utilisateur est directe, avec presque pas d'intervention des organisations intermédiaires.

Une activité importante dans la filière, qui n'a pas été incluse sur la carte, est celle du service après-vente. Bien que cette activité soit un élément de grande valeur des activités d'ensemble de la filière, sur cette carte, elle ne rentre pas logiquement dans les fonctions de production et de distribution. Le service après-vente du matériel du canal 1 est généralement fourni par l'agence commerciale ou par des services techniques sous-traités à l'agent commercial. Le ministère de l'Agriculture a aussi un programme de services d'entretien et de réparation visant les utilisateurs de gros tracteurs et de machines agricoles. Dans le canal 2, SOFITEX a formé un petit nombre de forgerons et de mécaniciens ruraux qui fournissent les services essentiels requis par ses produits. Ces services sont la fabrication (dans l'atelier du forgeron) de pièces de charrue et l'entretien et la réparation sur place par les mécaniciens ruraux. Le SAV, qui généralement signifie fabriquer et installer de nouvelles pièces de charrue, est fourni par les forgerons modernes ou traditionnels dans les canaux 3 à 6. Pour les forgerons traditionnels, ce service et les réparations représentent une part importante de leurs revenus, mais pour les forgerons modernes, il ne représentent que 50 pour cent, ou moins de 50 pour cent, de leurs revenus.

Les technologies utilisées au Burkina Faso

Comme nous l'avons mentionné, trois grandes catégories de matériel agricole sont utilisées au Burkina : motorisé, à traction animale et outils manuels. Nous donnerons ci-après un aperçu général de chacune des technologies utilisées (pour la fabrication de matériel agricole).

Matériel motorisé

L'introduction de machines agricoles motorisées au Burkina est encore à ses débuts. Il y a peut-être 600 tracteurs de toutes tailles dans le pays, dont environ 400 sont des petits tracteurs fabriqués et distribués par SOFITEX.

Selon les résultats d'une étude faite en 1986 par le ministère de l'Agriculture, la marque la plus courante de gros tracteurs était alors Fiat (97), suivie de Massey-Ferguson (24), John Deere (10), Universal (10), Renault (7) et toutes les autres (275). Le chiffre de 275 comprenait aussi les petits tracteurs, que l'on estimait à environ 250. Du fait que pour être rentables les gros tracteurs exigent une superficie cultivée de 50 à 75 hectares, peu de paysans Burkinabés peuvent rentablement les utiliser. En plus des cultivateurs privés, les coopératives agricoles, surtout dans le Sud-Ouest du pays, peuvent se servir de gros tracteurs, et de fait s'en servent.

On ne fabrique pas de gros tracteurs et de matériel motorisé au Burkina. Le montage des petits tracteurs se fait chez SOFITEX depuis cinq ans; cette unité passe graduellement à la fabrication locale de certaines pièces de tracteurs et des leurs accessoires. SOFITEX possède une installation assez moderne, dotée d'équipement moderne, à Bobo-Dioulasso. Elle possède tout l'équipement nécessaire pour fabriquer

de nombreuses pièces structurelles de tracteur et d'autres éléments en tôles (garde-boue par exemple). SOFITEX n'es pas en mesure de fabriquer des pièces usinées ou des pièces à partir de matériaux autres que les barres et les tôles d'acier. Le coût de la fabrication locale est très probablement relativement élevé (dû au volume limité), et la décision de fabriquer des pièces au niveau local devrait être basée sur une comparaison du coût des importations par rapport à la production locale.

Matériel à traction animale

Ce matériel a été introduit au Burkina il y a environ 25 ans, et grâce à un appui et un encouragement continuels du GDBF, des projets de développement, et des donateurs, il a acquis une position respectable dans l'agriculture. Selon diverses estimations, il serait utilisé par 15 à 17 pour cent de toutes les exploitations agricoles, soit environ par 100 000 cultivateurs.

Les fabricants, et les projets qui sont intervenus dans ce domaine, ont essayé d'en standardiser les modèles au fil des ans avec un certain succès. Les deux principaux fabricants, CNEA et APICOMA, ont développé des lignes de produits normalisés, avec catalogues et listes de prix à l'appui. Leurs modèles sont cependant très différents, les pièces d'un fabricant à l'autre ne sont ainsi pas interchangeables. On semble aussi concerné par le fait que la recherche et le développement de nouveaux modèles de charrue (pour mettre au point des charrues et des équipements plus adaptés aux conditions locales) sont un domaine qui a été oublié. Il n'est pas clair si les charrues actuellement fabriquées sont les plus adaptées aux conditions du Burkina Faso.

Comme c'est le cas pour les charrues, les charrettes à traction animale ont été normalisées par chacun de ses fabricants. On dispose d'une gamme assez complète de charrettes asines et bovines. Elles sont devenues populaires et sont à présent le produit le plus important des deux gros fabricants. Le nombre de charrues et de charrettes vendues est presque égal, mais les charrettes coûtent en moyenne deux à trois fois plus cher que les charrues; les produits des ventes des charrettes dépassent de loin ceux des charrues.

CNEA et APICOMA possèdent de grosses unités de production modernes. Alors que le CNEA a dispersé ses installations, APICOMA fait toute sa production à Ouagadougou. Ces unités sont équipées de tous les compléments de machines modernes, comme tours, foreuses, machines à souder, et de tous les gabarits et appareils de montage nécessaires pour maintenir un niveau élevé de production de leurs gammes respectives. En plus des installations de production, elles semblent posséder, ou avoir accès à, certaines installations d'étude de conception. Cette capacité leur permet de développer ou d'adopter de nouveaux modèles et d'élaborer les plans et les spécifications techniques nécessaires pour transformer le concept de produit en produit fini. A l'exception de l'introduction récente d'un modèle Indien de pompe à eau par APICOMA, cette capacité est sous-utilisée par ces deux unités.

Les forgerons privés, qui fabriquent aussi des charrues et des charrettes, sont moins bien équipés que ces deux sociétés Leurs ateliers sont plus petits, et leurs gammes de produits plus restreintes. Ils se sont jusqu'à présent concentrés sur des créneaux de marché, mais ils pourraient fabriquer une gamme limitée de produits à un prix compétitif. Ils n'ont également aucune capacité de conception et de développement de nouveaux produits, et ont simplement copié les modèles des entreprises plus importantes. Ils ne semblent pas avoir le potentiel pour passer à la fabrication de nouvelles machines agricoles plus sophistiquées.

Les autres intervenants sont les forgerons traditionnels qui ont été formés par le CNPAR, le Centre national de perfectionnement des artisans ruraux. Leurs ateliers se limitent généralement à une forge, une enclume et une bonne sélection d'outils manuels. Les plus prospères ont des machines à souder, qui leur permettent de fabriquer des unités complètes. Un facteur important limitant leur aptitude à fabriquer des équipements est la difficulté de percer des trous - il semble qu'aucun ne possède de perceuse à main ou de machine à percer. Avec un petit supplément d'équipement, ils pourraient jouer un rôle plus important dans la production de charrues à traction animale pour le marché local.

On craint quelque peu que les forgerons modernes, et même les unités industrielles modernes, ne soient pas en mesure de fabriquer des semelles et des dents de charrue par traitement thermique. Cette inquiétude a été exprimée par le CNEA, et a été donnée comme argument pour justifier l'importation de ces pièces d'Europe. APICOMA, d'autre part, pense que les forgerons sont en mesure de fabriquer des pièces par traitement thermique; des pièces fabriquées au Burkina ont d'ailleurs été analysées en Europe pour prouver ce point. Sur la base de cette conviction, APICOMA essaie de faire appel le plus possible aux forgerons locaux pour ces pièces. Bien que les forgerons soient clairement en mesure de fabriquer ces pièces, elles doivent cependant l'être de telle sorte qu'elles ont la durabilité et la résistance que les cultivateurs attendent d'elles. Ceci exigera que les forgerons comprennent le processus de fabrication et qu'ils disposent d'outils et d'équipements adéquats, ainsi que des matières premières appropriées.

Outils manuels

Au Burkina Faso, chaque ferme possède une collection assez complète d'outils à main ou à bras, que l'on utilise aux différents stades de la production agricole. L'instrument le plus commun est la daba, houe à manche court, utilisée pour préparer les sols, semer et sarcler. La daba a des formes et des tailles diverses, bien que les différentes formes ne semblent pas avoir des noms différents. Les dabas sont fabriquées au niveau artisanal, soit par les forgerons modernes dans les zones urbaines, soit par les forgerons traditionnels dans les villages. Il semble y avoir un important commerce de dabas passant la frontière dans les zones méridionales du pays. Les forgerons se plaignent des importations de dabas bon marché du Ghana et de la Côte d'Ivoire, faisant concurrence à leur production qui vise le marché local.

L'équipement des forgerons modernes qui fabriquent des outils manuels a été examiné dans la section matériel à traction animale. Ces forgerons ont généralement davantage accès aux matières premières (la plupart des matières qu'ils utilisent est du métal recyclé), et avec un poste de soudage, certains stades de la fabrication peuvent être faits beaucoup plus rapidement qu'avec des méthodes manuelles (par exemple, le manche de la daba est normalement soudé sur place). Les forgerons traditionnels ne disposent que de l'équipement le plus fondamental. Leurs forges sont généralement à même le sol et dotées de soufflets en cuir. La plupart ne possèdent pas d'enclume, mais se servent d'un morceau de voiture ou de camion recyclé. Leur sélection d'outils est limitée et ces outils sont ordinairement assez usés. Sans accès à des outils plus modernes et à la formation en matière de fabrication de nouveaux produits, ces forgerons ne pourront que continuer à produire les outils simples bas de gamme qu'ils fabriquent actuellement.

Canaux de distribution alternatifs

La fourniture de matériel agricole, tel qu'il a été défini dans le cadre de l'étude, se fait au Burkina par le biais de sept canaux alternatifs. Les deux premiers desservent le marché du matériel motorisé, principalement Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et la zone de production de coton dans le Sud-Ouest. Les

canaux 3 à 6 se font concurrence pour le marché important, mais en baisse, du matériel à traction animale. Deux producteurs relativement importants (étatisés) dominent le marché. Le canal 6 (les forgerons modernes), dans une certaine mesure, fait également concurrence au canal 7 (les forgerons traditionnels) sur le marché des outils agricoles manuels - essentiellement la daba sous toutes ses formes.

Matériel agricole importé

On trouve trois importateurs principaux au Burkina qui offrent une sélection de matériel agricole motorisé de différentes tailles, qui va des petits motoculteurs à deux roues aux gros tracteurs complètement équipés. Ces importateurs, ainsi que leur emplacement et leur marque, sont reportés ci-dessous :

Tableau II : Importateurs de gros tracteurs au Burkina Faso

IMPORTATEUR	LIEU	MARQUE IMPORTEE
Atelier de Technologie & Service (ATS)	Bobo-Dioulasso	Landini (Italie)
DIAFA	Ouagadougou	Fiat (Italie)
M B. Track	Ouagadougou	Deutz (Allemagne)

Pratiquement tous les tracteurs actuellement utilisés au Burkina sont européens; les importateurs vendent à présent des tracteurs fabriqués en Allemagne et en Italie. Ces dernières années, le GDBF a fait le recensement du nombre et des types de tracteurs dans le pays. Les résultats devraient sortir à la fin 91; le GDBF est en train de voir comment traiter la question de la pléthore de tailles et de types de tracteurs dans le pays.

Une étude privée sur les perspectives de l'agriculture mécanisée au Burkina Faso estimait le marché des tracteurs de 60 à 80 CV à 25 par an (10 neufs et 15 d'occasion) et le marché des tracteurs de 30 à 45 CV à 15 par an (10 neufs et 5 d'occasion), la production locale chez SOFITEX exclue. Sur la base de nos entretiens avec le propriétaire d'ATS, et des données provenant de rapports, ces chiffres semblent raisonnables. A ce niveau des ventes, le marché total du matériel motorisé serait environ 800 millions FCFA par an.

L'entretien des gros tracteurs est devenu une préoccupation du GDBF au cours des années 80; un projet de l'UNIDO a été mis en place au début de la décennie sous les auspices de la Direction des intrants et machines agricoles pour établir trois installations d'entretien du matériel motorisé. A l'exception des tracteurs de marque Fiat et Landini, il est difficile de se procurer des pièces de rechange et d'avoir accès au service. Le projet entretien établira deux centres, à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso. Le troisième, envisagé à Koupela, est encore à l'étude, mais il semble peu probable qu'il soit jamais mis en place. Tout ce que nous savons, c'est que l'assistance de l'UNIDO a été fournie et que les centres établis fonctionnent maintenant dans le cadre de la Direction des intrants et machines agricoles.

Société des fibres et textiles (SOFITEX)

Le Projet "Petite Motorisation" de la SOFITEX, la grosse usine de traitement du coton implantée dans le Sud-Ouest du pays, fonctionne depuis six ans. Cette activité est conjointe, la SOFITEX opérant un petit atelier de montage à Bobo-Dioulasso, et la Caisse centrale de coopération économique (CCCE) finançant un projet connexe qui fournit l'assistance technique et la formation aux utilisateurs et aux réparateurs du matériel.

Chez SOFITEX, l'unité de production assemble un petit tracteur de 27 CV à quatre roues de marque française connu sous le nom de Bouyer. Elle peut assembler jusqu'à 100 tracteurs par an, mais n'a évidemment jamais fonctionné proche de sa capacité. A l'origine, cette unité importait toutes les pièces et les sous-ensembles nécessaires pour fabriquer les tracteurs, mais petit à petit, elle a commencé à fabriquer certaines pièces au Burkina. Selon son contremaître, SOFITEX fabrique aujourd'hui certaines pièces simples de tracteur en tôle métallique, et tout le châssis et la carrosserie de la remorque sont faits au Burkina.

Depuis 1986, le projet a vendu près de 400 tracteurs (certains directement importés et le reste montés au Burkina). Environ 300 ont été fournis aux cultivateurs participant au projet, le reste a été vendu à des cultivateurs désirant acheter des tracteurs et les utiliser à l'extérieur de la zone du projet. Le tracteur, plus un jeu complet d'accessoires, coûte environ 4,5 millions FCFA, un prix bien élevé pour le cultivateur Burkinabé typique. Le projet a établi des critères de base de sélection des cultivateurs qui veulent acheter un tracteur, à savoir :

- Disposer d'un minimum de 25 hectares de terre à cultiver; et

- Savoir utiliser le matériel à traction animale.

Les cultivateurs qui remplissent ces conditions peuvent alors être retenus par le projet pour l'achat d'un tracteur. On exige une avance de 25 pour cent; le solde est financé avec du crédit octroyé par la Caisse nationale de crédit agricole (CNCA). Etant donné que pratiquement tous les paysans qui remplissent les conditions requises pour l'achat de ces tracteurs sont des cultivateurs de coton, la CNCA est remboursée directement par la SOFITEX, par le biais de retenues sur les paiements qu'elle fait aux cultivateurs.

Le CTP pour le projet estime que 2 000 à 3 000 cultivateurs dans la zone du projet pourraient efficacement utiliser ce type de tracteur. Les ventes ont légèrement baissé ces dernières années, il est donc peu probable, du moins dans un avenir prévisible, que le niveau d'utilisation puisse être proche de ce chiffre. Le CTP retient que le système agraire au Burkina ne mènera pas à l'adoption de nouvelles technologies. Les paysans sont sujets aux caprices du marché, du climat et des divers intermédiaires présents dans le système, ils absorbent par conséquent la majeure part du risque. Le Burkina manque d'un filet de sécurité même rudimentaire pour ses cultivateurs, qui pourrait réduire les risques associés à l'adoption de nouvelles technologies ou à l'essai de nouvelles techniques culturales.

Le projet, financé par la CCCE, fournit les éléments de formation et de maintenance nécessaires pour pouvoir introduire avec succès du matériel motorisé. Le personnel du projet donne aux paysans une formation complète en matière d'utilisation et de maintenance de base de cet équipement. Le projet a aussi mis à la disposition des paysans un système comptable qui leur permet d'évaluer l'impact financier des activités mécanisées. Le projet collabore avec le CNPAR et le CPAU pour former les forgerons (chez CNPAR) et les mécaniciens (chez CPAU), afin qu'ils soient capables de fabriquer des pièces de charrue

et de réparer les tracteurs. Plusieurs postes de réparation ont été établis dans la zone du projet, comprenant chacun un forgeron, un mécanicien et un dépôt de pièces de rechange, pour que les paysans aient facilement accès aux services de réparation et de maintenance.

Ateliers de ferronnerie et importateurs privés

De l'introduction de la traction animale au milieu des années 50 jusqu'au milieu des années 80, le marché des charrues, herses et charrettes a été bon et sa croissance a été régulière. Cette expansion du marché a encouragé la participation d'ateliers et d'importateurs privés. Ces tendances ont hélas complètement changé, et le marché est en baisse depuis quelques années. Il en résulte que la production de matériel à traction animale par les entreprises privées est en baisse. Au cours de l'année 1990, la production des charrues a été pratiquement inexistante, et les perspectives pour 1991 ne semblent pas être bien meilleures.

Tableau III : Estimations de la production et des ventes de YAMEOGO Marc

MATERIEL	SAISON 88/89	SAISON 89/90
Charrues bovines	70	20
Charrues asines	205	30
Houes Manga	725	700
Charrettes asines	2007	800
EST. VALEUR DES VENTES	200 M FCFA	85 M FCFA

Le principal atelier privé fabriquant du matériel à traction animale est l'entreprise YAMEOGO Marc (EYM) sise à Ouagadougou. EYM a démarré en 1972 et fabrique depuis des charrues, des herses, des houes manga et des charrettes sur une base régulière. Les estimations de sa production au cours des deux dernières saisons sont reportées au Tableau III ci-dessus.

EYM pense que la baisse de ses ventes est due aux mauvaises récoltes de l'année passée, et que si les pluies sont bonnes cette année, les ventes pourraient reprendre l'année prochaine. Un autre facteur est l'intervention des intermédiaires de crédit. La CNCA et d'autres pourvoyeurs de crédit ne prêtent généralement pas aux petits ateliers et, du fait que le marché est en baisse, les ventes ont eu tendance à se concentrer dans les ateliers qui ont des contacts étroits avec le système de crédit.

EYM achète toutes ses matières premières en Europe; elle y achète aussi beaucoup de pièces d'usure et de ressorts pour ses charrues et ses houes manga. L'atelier de la EYM est un atelier de fabrication qui ne fait aucun travail de forge. Il dispose d'un stock considérable de pièces neuves pour les machines qu'il fabrique - par exemple, un stock de presque 700 essieux et roues de charrettes sur lequel EYM doit payer des frais de financement. Aussi longtemps que les ventes végèteront, la production de matériel à traction animale restera une charge financière pour cette entreprise.

Un autre atelier qui a sauté sur ce marché est la Société villageoise de commercialisation des matières agricoles (SOVICA). Nous n'avons pas pu rencontrer son directeur, et les employés avec lesquels nous nous sommes entretenus n'étaient pas disposés (sans l'autorisation du directeur) à divulguer des informations concernant la situation de l'entreprise. On peut dire que la SOVICA limite sa production aux charrettes, et qu'elle en a vendu un grand nombre ces dernières années. SOVICA n'était pas du tout active pendant la période de l'étude, mais ce n'était probablement pas la meilleure période de l'année pour juger la santé d'une entreprise en se limitant à une observation fortuite.

Il existe d'autres petits intervenants dans ce canal, comme Paroise de Po, et quelques ateliers en dehors de Ouagadougou. Leur production totale représente une petite partie du marché global Burkinabé du matériel à traction animale. Un autre intervenant important est SOGEFIA, une entreprise commerciale de Bobo-Dioulasso qui importait de nombreuses charrues de la France il y a quelques années. Apparemment, SOGEFIA n'a pas pu vendre ces charrues du fait que leur modèle est différent et qu'elles sont trop lourdes pour les animaux et les paysans. Nous n'avons pas pu entrer en contact avec SOGEFIA.

Centre national de l'équipement agricole (CNEA)

Le CNEA est actuellement l'intervenant le plus important dans le domaine de la traction animale au Burkina Faso. On estime que sa part de marché est égale ou supérieure à 50 pour cent, et elle semble être en hausse. Le CNEA est une entreprise nationale (classifiée comme entreprise publique à caractère industriel et commercial, EPIC) et on considère qu'il fait partie intégrante du ministère de l'Agriculture.

Les origines du CNEA remontent à un projet du BIT du début des années 70; il fut établi pour mettre en place une facilité de fabrication locale de matériel à traction animale. Le projet fut initialement établi sous les auspices du ministère du Travail, mais à un certain point, dans les années 80, il fut divisé en deux parties, une assignée au ministère de l'Agriculture (pour devenir le CNEA). En 1983, le GDBF fit du CNEA une EPIC, avec mission de produire et de distribuer dans tout le pays du matériel à traction animale normalisé de première qualité.

A l'origine, le CNEA disposait d'un vaste réseau d'installations. A part un bureau administratif à Ouaga, il avait deux ARCOMA (Ateliers régionaux de construction des machines agricoles) à Bobo-Dioulasso et à Tenkodogo et, à un moment donné, 11 COREMA (Centres opérationnels régionaux de montage de matériel agricole) dans d'autres régions du pays. La fabrication et le montage des pièces étaient faits dans les ARCOMA, et les COREMA servaient de points de montage - les ensembles de pièces prêts à monter leur étaient envoyés par les ARCOMA. Aujourd'hui, ce réseau a été considérablement réduit, il ne reste plus que les deux ARCOMA et le COREMA de Dedougou. Il existe aussi une usine pilote à Ouagadougou qui fonctionne comme un COREMA, mais elle semble ne jouer qu'un petit rôle dans le plan général du CNEA.

Le CNEA a maintenu son niveau moyen des ventes à 450 millions FCFA au cours des trois dernières années, bien que les ventes de 1988 (380 millions) étaient basses en raison de problèmes d'approvisionnement et de production. Ces chiffres incluent la vente de tous les produits (charrues, herses, charrettes, pièces détachées et matières premières) et des services. Ses ventes de charrues ont augmenté, atteignant une moyenne proche de 40 pour cent des ventes des trois dernières années. Les ventes de charrettes ont été variables, représentant plus de 60 pour cent des ventes de la saison 1989/90. Historiquement, les ventes de charrettes représentent 60 pour cent, ou plus de 60 pour cent, des produits des ventes. Les données sur les ventes unitaires fournies par le CNEA (voir Annexe 1) montrent que les

184

ventes de charrues ont atteint un maximum à environ 5 500 unités en 1980/81, alors que celles des charrettes ont atteint un maximum à près de 3 000 unités en 1986/87.

CNEA importe toutes ses matières premières d'Europe ou de la Côte d'Ivoire (peinture et produits divers) et importe en plus un certain nombre de pièces finies pour ses produits. Les pièces importées sont les suivantes :

- Pour charrues : pointes de soclee, semelles, versoirs, ressorts, boulons, etc.
- Pour charrettes : essieux, coussinets, roues et pneus, etc.

Il est intéressant de noter que les roues et les pneus de charrettes sont importés complètement assemblés, les pneus déjà montés et gonflés, éliminant ainsi le travail de montage et de gonflage des pneus au Burkina. C'est probablement fait pour minimiser les frais de transport du fait que le volume des pièces expédiées séparément serait beaucoup plus important que celui des pièces assemblées. Un conseiller technique a dit en plaisantant que lorsque les conseillers Européens ont le mal du pays, ils vont à l'atelier ouvrir les valves de chambres à air des pneus pour respirer un peu "d'air européen".

CNEA emploie un total de 115 personnes. Environ 80 pour cent des employés sont impliqués dans la fabrication du matériel, le reste du personnel est administratif. L'orientation du CNEA semble être strictement commerciale du fait que, comme l'ont indiqué le directeur et le chef du service fabrication, il ne fait participer aucun artisan forgeron à la fabrication (sauf au service après-vente). Ils ont affirmé que les forgerons locaux ne sont pas capables de produire des pièces dont la qualité satisfasse les besoins du CNEA, c'est pourquoi ils continuent d'importer certaines pièces finies d'Europe.

L'annexe 2 reporte des données financières de base comparées du CNEA au cours des trois dernières années fiscales. Même ces données financières limitées ont été très difficiles à obtenir; nous aurions souhaité en avoir davantage. CNEA établit un rapport financier détaillé pour son Conseil d'administration et pour la Direction Générale du ministère dont il dépend, mais les rapports des deux dernières années ne sont pas encore achevés. Seules les données concernant les ventes semblent valides, le coût des matières premières, par exemple, est 70 pour cent dans tous les cas. Les officiels du CNEA disent que l'affaire est rentable, bien que les bénéfices semblent être en baisse et que le chiffre concernant les bénéfices ne soit pas disponible pour 1989/90.

Il est clair que CNEA perçoit des subventions importantes et régulières. Plusieurs sources ont cité à titre d'exemples des dons de matières premières de divers donateurs (comme c'est le cas dans le projet 30 000 charrues), certains frais de personnel pris en charge par le budget du ministère, et une réduction des droits de douane. Comme entreprise privée, CNEA ne serait probablement pas rentable; ses activités subventionnées sont en train d'éliminer les ateliers privés du marché, en limitant l'accès aux forgerons modernes et rendant la vie très difficile à l'APICOMA.

Atelier pilote de construction de matériel agricole

L'Atelier pilote de construction de matériel agricole (APICOMA) est le bras productif du CNPAR. Ses origines remontent au même projet du BIT qui a mené à la création du CNEA, mais l'APICOMA (ainsi que l'entière structure du CNPAR) est rattaché au ministère du Travail plutôt qu'au ministère de l'Agriculture. L'organisation mère officielle du CNPAR et de l'APICOMA est l'Office National de l'Emploi, une entreprise publique à caractère administratif (EPA).

Pour comprendre l'activité de l'APICOMA, celle-ci doit être examinée dans le contexte du système global du CNPAR. Le CNPAR est une agence nationale de formation conçue pour perfectionner les artisans qui font certains métiers déterminés. Parmi ces métiers, celui de forgeron est l'un des plus importants, et au cours des derniers vingt ans, le CNPAR a formé près de 600 forgerons, les dotant des qualifications de forgeron moderne. Son programme de formation dure sept mois et donne aux stagiaires les qualifications nécessaires pour fabriquer ou réparer les pièces d'usure de charrue et, si le forgeron possède l'équipement adéquat, pour fabriquer lui-même l'entière charrue.

Une fois le programme de formation terminé, ces ex-stagiaires retournent dans leurs villages et rééquipent leurs ateliers d'outils et d'équipements nouveaux fournis par le CNPAR (à crédit). C'est à ce moment-là que les forgerons reçoivent (théoriquement) une assistance de suivi fournie par le Service Assistance Conseil et Soutien (SACS) du CNPAR, qui possède neuf bureaux régionaux en plus de son siège à Ouagadougou. Le SACS est conçu pour apporter une assistance technique aux diplômés du CNPAR lorsqu'ils en ont besoin, et pour mettre à leur disposition des installations communes lorsqu'ils ont un travail qu'ils ne peuvent pas faire dans leurs propres ateliers. L'intention initiale semble avoir été de donner aux forgerons la possibilité de fabriquer des charrues dans les zones rurales. Cependant, avec la venue de l'APICOMA, le CNPAR semble s'être limité à répandre la production aux artisans. Un majeur accent semble avoir été mis sur la production industrielle de modèles normalisés.

La mission de l'APICOMA, comme indiqué dans la brochure publicitaire produite par le CNPAR, est la suivante :

- Recherche et production de matériel agricole prototype adapté aux conditions de la traction animale dans le pays;

- Fabrication sur une base semi-industrielle d'un nombre limité de multiculteurs à traction animale; et

- Contribution à la formation des artisans spécialisés dans les techniques du montage, de l'usinage et de la fabrication de sous-ensembles.

Le travail de recherche et l'adaptation technologique ont permis aux ateliers de perfectionner une gamme complète de produits.

Malgré l'idée de se servir de l'APICOMA comme atelier pilote et centre de recherche, l'atelier est passé de la production pilote à la production industrielle et est maintenant le majeur concurrent du CNEA, de pair avec les artisans initialement formés dans le système du CNPAR. On semble généralement convenir que l'APICOMA détient environ 40 pour cent (par rapport à 50 pour cent pour le CNEA) du marché de la traction animale, et que les 10 pour cent restants se répartissent entre les ateliers privés, les importateurs et quelques forgerons modernes.

Pour être équitable, on doit mentionner que le CNPAR, à travers le SACS et l'APICOMA, a fait de son mieux pour inclure les forgerons modernes dans la chaîne de production. Plutôt que d'importer des pièces finies, comme c'est le cas du CNEA, APICOMA se sert du SACS pour donner aux forgerons la fabrication de quelques-unes des pièces de ses charrues. Au début de chaque année de production, l'APICOMA fixe ses objectifs de production pour l'année et informe les agents du SACS du nombre de pièces dont il a besoin qui peuvent être faites par les forgerons. Le SACS informe ensuite les forgerons, et le travail à faire est réparti entre ceux qui sont qualifiés et qui ont manifesté leur intérêt de participer au programme. Le SACS distribue alors la matière première (à crédit) aux forgerons choisis. Les

forgerons fabriquent les pièces. Ces dernières sont ensuite collectées et envoyées à APICOMA qui les contrôle avant de les accepter ou de les refuser. Pour les pièces acceptées, les forgerons reçoivent une somme égale à la valeur de la pièce, moins le coût de la matière première. Les pièces refusées, sont soit réparées chez APICOMA soit renvoyées aux forgerons.

Bien que ce système ait permis de donner du travail aux forgerons, et qu'il ait servi dans une certaine mesure à maintenir leurs qualifications, il représente pour APICOMA une part assez petite du gâteau. Des entretiens avec des représentants du CNPAR et de l'APICOMA, il est résulté que la valeur totale de ces "sous-traitances" a atteint dernièrement 6 à 8 millions FCFA par an, par rapport au volume des ventes totales de l'APICOMA qui s'élève à 350 millions FCFA. On doit noter que la valeur de ces sous-traitances a atteint son point culminant de 30 millions en 1983, et qu'il est de nouveau monté à 24 millions en 1988. Les ventes de l'APICOMA chutent depuis trois ans.

Bien que son directeur affirme que l'APICOMA ne reçoit aucune subvention du GDBF, les coûts réels de production sont presque certainement sous-estimés. (Se reporter à l'Annexe 3 pour de plus amples détails sur les données financières de ses activités). Il est probable que certains employés soient payés par le budget de l'Etat, et que les frais de transport et de distribution des pièces faites par les forgerons et des produits finis soient pris en charge par le budget du CNPAR, l'organisation mère. APICOMA reçoit aussi de l'assistance des donateurs, qui n'apparaît pas dans ses états financiers; les frais administratifs pris en charge par le CNPAR n'y figurent également pas. L'impression de l'équipe est que, alors que les organisations publiques sont subventionnées, le CNEA reçoit davantage d'aide extérieure et est plus fortement subventionné que l'APICOMA.

APICOMA vend ses produits directement aux groupements villageois, aux ONG, aux négociants et aux cultivateurs, et les distribue à l'échelle nationale par le biais des neuf centres régionaux et du siège du CNPAR à Ouagadougou. L'atelier emploie 70 personnes (seulement 3 femmes) et a une capacité annuelle de production de 10 000 charrues et 5 000 charrettes.

Malgré un niveau de production continuellement élevé de charrues et de charrettes, APICOMA a cherché à développer et à introduire de nouveaux produits pouvant être utilisés dans les zones rurales. Un de ces produits est la pompe APICOMA, une adaptation de la pompe Indienne Mark II. Bien que cette pompe ait la réputation d'être de bonne qualité, son succès commercial a été limité. Un facteur semble être le manque d'assistance du GDBF pour orienter les projets de développement vers l'achat de pompes APICOMA. La plupart des ventes de pompes au Burkina sont faites avec l'intervention des donateurs et des ONG, et souvent des marques de pompes importées sont explicitement indiquées. Ce facteur, parmi d'autres, a mené à une implantation très limitée de cette pompe sur le marché local. APICOMA étudie également d'autres idées de nouveaux produits comme les plantoirs, les batteuses et les moulins à céréales.

Forgerons modernes et traditionnels

Comme mentionné ci-avant, le CNPAR a formé 600 forgerons en 20 ans, et ces forgerons constituent le gros de la catégorie connue au Burkina comme les forgerons modernes. Ces artisans se distinguent des forgerons traditionnels par les outillages qu'ils utilisent, les qualifications qu'ils possèdent et la gamme des produits qu'ils fabriquent. Ils se concentrent sur la réparation et la fabrication du matériel à traction animale, alors que les forgerons traditionnels se limitent à la fabrications des outils manuels (surtout des dabas).

Les forgerons modernes peuvent se distinguer ultérieurement par les machines à souder dont ils disposent dans leurs ateliers. La plupart ont acheté des postes de soudage (électriques, diesel, ou à essence) qui font considérablement augmenter la capacité de leurs ateliers. Le fait d'avoir une machine à souder leur permet de fabriquer des charrues complètes au lieu d'avoir à sous-traiter une partie du travail.

Dépendant du produit, ces forgerons ont tendance à se procurer leurs matières premières auprès de sources fiables, soit des importateurs d'acier, soit auprès des services du CNPAR. Lorsqu'ils ont accès à de nouveaux matériaux, ils peuvent sortir une bonne charrue qui n'est pas si bien finie, mais qui fait néanmoins moins concurrence aux charrues faites dans les ateliers de Ouaga. Lorsqu'ils sont obligés d'acheter des matériaux d'occasion, ils doivent se limiter à des produits assez simples, comme les dabas et les pointes de soc de charrue.

La technologie utilisée par les forgerons convient aux types de produits qu'ils fabriquent. Ils utilisent généralement une forge améliorée (un feu de forge surélevé et un ventilateur à bras), ont une enclume ou deux, un étau, et tout un ensemble d'outillages manuels. Le seul équipement moderne (ce qui pourrait porter certains à ne plus les classifier comme artisans) peut être une machine à souder. Un même problème auxquels ces forgerons sont confrontés est celui du perçage des trous. Aucun d'eux ne possède de perceuse électrique, de foreuse ou d'outils de forage, ce qui les oblige à percer les trous à la main.

Il n'existe hélas pas de bons chiffres sur la production de charrues par cette catégorie de forgerons, bien qu'elle semble représenter une part importante de la production totale dans le pays. Par exemple, un atelier de forgeron que nous avons visité à Yako, qui appartient à deux frères (les deux ont été formés au CNPAR), a fabriqué 80 charrues au cours de la saison 1989/90. A raison de 25 000 FCFA la charrue, leurs ventes s'élèveraient à environ 2 millions FCFA. En plus de la fabrication de charrues, ils font des réparations et, vu qu'ils possèdent une machine à souder, ils fabriquent aussi des portes, des fenêtres et d'autres éléments métalliques.

Les forgerons modernes font parfois concurrence aux forgerons traditionnels sur le marché des outils manuels. Nous avons rencontré un forgeron moderne à Bobo qui a reçu une commande de 3 000 dabas. Il a mis sur pied un système de fabrication en série assez performant et il emploie 4 forgerons (assistés de 4 apprentis). Il semble disposer d'un marché annuel de dabas relativement important; la valeur de ces ventes sont de l'ordre de 1 million FCFA. Ce forgeron a également des activités auxiliaires, il fabrique des portes, des fenêtres et d'autres éléments métalliques destinés au secteur de la construction.

Forgerons ruraux traditionnels

Les forgerons ruraux traditionnels proviennent généralement de familles de forgerons, et ils apprennent leur métier de leurs pères. Ils ne travaillent ordinairement qu'au niveau du village et se servent d'équipement rudimentaire. Leurs gammes de produits est restreinte, généralement des outils manuels et des semelles de charrue, mais ils réparent parfois les charrues et fabriquent d'autres pièces de rechange.

Ces forgerons travaillent sous un arbre ou dans un hangar et ils utilisent une forge traditionnelle surélevée. L'air de la forge est fourni par des soufflets à bras en cuir. Ils travaillent en général seuls, et parfois avec un assistant (qui peut aussi être un apprenti) qui actionne les soufflets et lui fait passer les matériaux et les outils. Ces forgerons ne possèdent pas beaucoup d'outils, généralement juste un marteau, des pinces et un bloc en métal qui leur sert d'enclume. Il est difficile d'estimer leurs ventes moyennes

annuelles, beaucoup dépend de la population à proximité, du nombre de cultivateurs utilisant du matériel à traction animale et de l'existence de marchés locaux ou de forgerons modernes qui leur font concurrence.

Selon les estimations, il pourrait y avoir 2 600 forgerons traditionnels travaillant à plein temps au Burkina (y compris près de 200 femmes, bien que nous n'en ayons rencontré aucune au cours de notre étude), et probablement 23 000 personnes supplémentaires pour qui le métier de forgeron est une activité secondaire. Ces forgerons rencontrent les mêmes problèmes que les forgerons modernes, avec un problème en plus, celui d'être peu qualifiés. Le plus gros de leurs ventes est destiné au marché des outils manuels, mais ils approvisionnent aussi les paysans en semelles de charrue de rechange dans les zones qui ne possèdent pas de forgerons modernes.

Avec une meilleure sélection d'outillages, un meilleur accès aux matières premières et un tant soit peu de formation professionnelle, ces forgerons pourraient élargir leurs gammes de produits et améliorer leurs entreprises. Ces types de changements leur permettraient de fabriquer des semelles de charrue de meilleure qualité, de passer de la fabrication des dabas à celle d'autres outils manuels et peut-être même de se lancer dans les objets en tôle, comme les seaux et les arrosoirs. Une amélioration de leur production leur permettrait d'être incorporés, à un certain degré, dans le processus plus formel de fabrication des machines agricoles au Burkina.

DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES ET FORCES DYNAMIQUES

Développement des entreprises

L'établissement et la croissance de l'industrie du matériel d'exploitation agricole au Burkina Faso, et en particulier de celle du matériel à traction animale, ont été le résultat d'interventions très importantes des donateurs depuis 20 ans. La mise en place des deux producteurs principaux résulte des efforts des donateurs entrepris au début des années 70.

> "... les artisans seraient approvisionnés en matières premières par les ateliers secondaires et, petit à petit, selon leurs moyens, ils intègreraient dans leurs activités celles qui sont actuellement effectuées par les ateliers secondaires."
>
> Rapport de fin de mission
> FAO, Rome 1982

A l'origine, il avait été envisagé d'utiliser les ateliers centraux comme centres de recherche et développement où seraient conçus, testés et perfectionnés les modèles convenant aux conditions du Burkina. Un effort devait aussi être fait pour mettre au point des techniques de production qui auraient ensuite été transmises aux ateliers régionaux et en fin de compte aux artisans des zones rurales. Le but était de faire en sorte que le Burkina soit autosuffisant en matière de production de matériel agricole en établissant un réseau intégré production-distribution-entretien. Le plan général comprenait la participation accrue des ateliers d'artisans, et une orientation progressive de la production vers leur niveau. La citation en haut à gauche, provenant d'un rapport de l'UNIDO de 1982, donne une idée de ce que l'on pensait faire à cette époque.

Hélas, dès le début des années 80, ce plan de développement décentralisé de la production du matériel agricole avait déjà commencé à aller dans la direction contraire. Le GDBF, avec l'appui et l'assistance des donateurs dans ce secteur, concentra la production de ce matériel (c'est-à-dire, du matériel à traction animale) dans les deux grosses entreprises centralisées qui avaient été établies au tout début du programme.

Les faits précis du développement de l'industrie du matériel à traction animale ne sont pas très clairs, il ne semble cependant pas que les deux entreprises existant aujourd'hui aient jamais fait partie du même projet. Cette industrie a démarré comme projet au sein du ministère du Travail, sous le CNPAR. A un certain point, le ministère de l'Agriculture décida de jouer un rôle majeur dans la production du matériel agricole; par conséquent, certaines installations faisant partie du projet initial furent séparées pour créer un projet destiné au ministère de l'Agriculture.

Les donateurs ont continué au fil des ans à apporter une assistance financière, technique et matérielle à ces deux unités de production. La centralisation de la production semble dériver de la prise de conscience que les problèmes de gestion rencontrés dans la coordination et dans le contrôle d'une grosse organisation dispersée sont décourageants, et peut-être même insurmontables. Afin d'améliorer la comptabilité, de normaliser le matériel et de réduire les coûts de production, il y a eu tendance à centraliser. Les interventions actuelles des donateurs au niveau de l'entreprise individuelle sont relativement faibles, il s'agit surtout de la fourniture de matières premières.

Forces dynamiques du marché

En ce qui concerne le marché du matériel agricole, un certain nombre de forces doivent être considérées avant d'identifier les possibilités d'intervention. Comme nous l'avons vu dans la section précédente, la participation des donateurs a probablement été la force dynamique la plus importante dans cette filière. D'autres forces sont la demande de matériel agricole, la disponibilité du crédit, la formation des exploitants agricoles et le service après-vente.

Intervention des donateurs

Historiquement, au Burkina Faso, les interventions des donateurs ont eu une forte influence sur le marché, en particulier celui du matériel à traction animale. Comme nous l'avons déjà mentionné, les deux entreprises d'Etat ont été créées par des donateurs et elles ont bénéficié de leur assistance pendant de nombreuses années. Bien que l'intervention des donateurs ait baissé, elle demeure toujours un facteur important. A part l'intervention directe dans les unités de production, les donateurs ont aussi été d'importants teneurs de marché et pourvoyeurs de crédit pour l'achat final par le consommateur.

Plusieurs donateurs continuent à appuyer ce secteur. Les principaux donateurs sont actuellement les Allemands, les Hollandais et les Suisses; les Autrichiens financent le **Projet 30 000 charrues** qui vient de démarrer. Toute intervention dans ce secteur devrait prendre en compte les activités de ces intervenants et prévoir la coordination des divers programmes afin de maximiser le profit qu'en retirent les micro-entreprises du Burkina.

Le Projet 30 000 charrues envisage de produire 30 000 charrues au cours des trois à quatre prochaines années et de les vendre aux paysans par l'entremise d'une facilité de crédit de la CNCA. Cette dernière a été choisie comme fournisseur exclusif des charrues, le donateur fournissant les matières

premières et finançant l'importation d'Europe des éléments préfabriqués habituels. En tant que projet d'accompagnement, la CCCE apportera un financement à la Caisse nationale de crédit agricole afin que cette dernière octroie du crédit à ses clients cultivateurs. Le résultat de ce projet, qui satisfera effectivement toute la demande intérieure de charrues au cours des années à venir, devrait être que la CNCA devienne le seul producteur de charrues au Burkina.

Disponibilité de crédit

Au Burkina, la demande de tout matériel agricole plus sophistiqué que la daba est très influencé par la disponibilité de crédit. Le paysan Burkinabé moyen ne peut pas payer ces achats au comptant. Le prix d'une charrue, ajouté à celui des animaux de trait, avec en plus probablement une certaine somme pour la formation, représente l'un des plus gros investissements que beaucoup de paysans aient jamais faits. Ainsi, le crédit, ou toute autre forme d'achat subventionné, devient la seule façon qu'ont ces paysans de faire face à une telle dépense.

Le pourvoyeur principal de crédit est la Caisse nationale de crédit agricole. Cette entreprise d'Etat fournit du crédit de campagne et des prêts à long terme (5 ans à 11 pour cent) pour l'achat de matériel agricole. La CNCA fournit du crédit pour l'achat des petits tracteurs de la SOFITEX, et elle finance environ 50 pour cent du matériel vendu par le CNEA et l'APICOMA.

En plus de la CNCA, un certain nombre de projets de développement, ainsi que des ONG nationales et internationales, offrent toute une gamme de programmes de crédit ou de subventions pour aider les paysans à acheter du matériel agricole. Ces projets et ces ONG représentent généralement 30 à 40 pour cent des ventes du CNEA et de l'APICOMA. Le reste de leurs ventes est fait aux négociants et aux cultivateurs individuels.

Demande de matériel agricole

La demande de matériel motorisé moderne devrait rester assez stable au cours de la prochaine décennie. Les paysans qui ont pu acheter ce type de matériel continueront très vraisemblablement à disposer des ressources nécessaires pour soutenir ce marché. En plus des paysans privés, les projets financés par des donateurs (en particulier les gros projets de coopératives agricoles) continueront à utiliser ce type de matériel. SOFITEX continuera à fabriquer des petits tracteurs, mais ses ventes commenceront très probablement à baisser. En général, ce marché offre peu d'opportunités d'expansion des activités des micro-entreprises, aussi mérite-t'il peu de considération.

La demande de matériel à traction animale est difficile à prédire. La donne un aperçu de l'évolution des ventes au cours des 10 dernières années. Les gros producteurs avancent les chiffres de 700 000 paysans et de 15 à 17 pour cent d'implantation sur le marché pour justifier leur assertion qu'il existe toujours un marché considérable. Les discussions que nous avons eues avec d'autres personnes qui ne sont pas impliquées dans la production de ce type de matériel ont laissé entrevoir des prédictions moins optimistes. Les perspectives varient certainement de province à province, du fait que la situation agricole et économique est nettement différente dans chacune d'elles. En général, les régions septentrionales et orientales du pays resteront des marchés limités, alors que le Sud et le Sud-Ouest ont encore un certain potentiel.

Les meilleurs estimations que nous avons pu trouver prévoient un déclin progressif du marché des charrues sur le reste de la décennie. D'un niveau de 2 000 unités en 1989/90, la demande devrait tomber à 1 000 unités par an en 1995 et à 800 par an à la fin du siècle. Sur la base de cette estimation, et de l'évidence que le marché du matériel à traction animale dans son ensemble est proche de la saturation, les perspectives de production ou d'importation par les entreprises privées du secteur moderne ne sont pas très brillantes au Burkina Faso.

Il semble y avoir un faible niveau, toutefois significatif, d'importations informelles de charrues du Mali. Lors d'une visite d'un marché rural dans la région de Bobo-Dioulasso, nous avons rencontré un Malien qui avait amené 6 à 8 charrues du Mali pour les vendre au Burkina. Ces charrues étaient manifestement moins bien faites que les charrues du Burkina, mais elles ne coûtaient que la moitié. Le Malien affirmait avoir vendu toutes ses charrues l'année précédente et il espérait les vendre toutes cette année encore. D'autres contacts ont fait mention des importations de charrues maliennes et de leurs prix moins élevés, ainsi, il se peut que ce facteur soit important.

Services de formation

Les paysans qui achètent du matériel à traction animale doivent être formés pour en faire un usage efficace. Les CRPA sont actuellement la source principale de formation des paysans qui souhaitent acheter et utiliser ce type de matériel. Nous n'avons pas pu déterminer la disponibilité des services des CRPA, mais les commentaires de divers observateurs nous amènent à penser qu'elle est limitée. Sans accès à cette formation, beaucoup de paysans sont réticents à faire une grosse dépense pour se procurer du matériel à traction animale.

Une formation effective des paysans, et peut-être aussi une analyse préalable de la faisabilité de l'achat de ce matériel, sont essentielles pour garantir que le paysan est en mesure de rembourser le prêt. Les programmes de crédit concernant l'achat de ce type de matériel devraient prendre en considération qui forme les personnes qui en font l'achat.

Service après-vente (SAV)

Le SAV du matériel à traction animale est efficacement fourni par les forgerons modernes et les forgerons traditionnels. Ce service se limite généralement à la fabrication et au montage d'une nouvelle pièce de charrue (semelle ou dents). Il arrive moins fréquemment que le paysan fasse réparer sa charrue. Dépendant de la gravité du problème, il se peut qu'il doive amener sa charrue à un forgeron moderne qui dispose d'une machine à souder.

Le SAV est davantage un problème dans la strate du matériel motorisé. La diversité des tracteurs dans le pays a conduit le gouvernement, avec l'appui de l'UNIDO, à établir une unité de maintenance du matériel mécanisé au milieu des années 80. Ce projet devait établir trois centres régionaux, mais deux seulement ont été mis en place et il semblerait que le troisième ne le sera pas de si peu.

La maintenance des petits tracteurs de la SOFITEX est moins problématique, du fait que le projet connexe de la CCCE (Projet Petite Motorisation) s'occupe des problèmes de formation et d'entretien. Ce projet a travaillé en étroite collaboration avec le CNPAR et le CPAU pour intégrer les forgerons et les mécaniciens ruraux dans le système d'appui à la maintenance. Bien que ceci ait créé quelques opportunités

pour les micro-entreprises, il semble à ce jour que seule une poignée de forgerons ou de mécaniciens sont effectivement impliqués.

Problèmes de fourniture d'intrants

Les forgerons, modernes et traditionnels, se plaignent des difficultés qu'ils ont à se procurer les matières premières, les outillages et l'équipement. La ferraille bon marché est l'élément couramment utilisé dans la production artisanale de dabas au Burkina. La fourniture est sporadique et les prix sont imprévisibles. La production de charrues de bonne qualité dépend d'un approvisionnement fiable en acier, dont les types, formes, et qualités doivent être conformes. Certains forgerons modernes peuvent compter sur une fourniture régulière par le biais du SACS, mais pas tous les forgerons peuvent en faire de même, et les coûts de transport doivent être pris en charge par les artisans.

OPPORTUNITES D'EXPANSION DE LA FILIERE ET CONTRAINTES

Opportunités d'expansion de la filière

La meilleure opportunité pour le développement et l'expansion des micro-entreprises est probablement le renforcement de leur rôle dans la production du matériel à traction animale. A l'heure actuelle, la production de ce matériel est concentrée dans deux entreprises industrielles étatisées qui contrôlent jusqu'à 90 pour cent du marché. Le plan initial (milieu des années 70) des donateurs, et du GDBF, était de faire passer progressivement la production aux forgerons modernes dans les centres ruraux. Au fur et à mesure que la production se développait dans le pays, et que des efforts de décentralisation étaient entrepris, les problèmes de distribution et de contrôle se multipliaient. Il devint ainsi plus facile, au GDBF et aux donateurs, de centraliser le contrôle de la production dans un petit nombre de centres.

Malgré cette tendance, on a poursuivi les efforts de formation visant à développer un cadre de forgerons modernes. Environ 600 forgerons dans tout le pays ont aujourd'hui achevé une formation formelle au CNPAR. La plupart de ces forgerons, même sans une assistance technique de suivi, fabriquent des charrues complètes qu'ils vendent dans leurs régions. Une décentralisation progressive de la production des charrues, par le biais d'une assistance matérielle et technique apportée à ces forgerons, offre une bonne opportunité pour le développement et l'expansion des micro-entreprises rurales dans ce secteur.

Le marché des outils manuels est aussi important que celui du matériel à traction animale, et une certaine possibilité d'expansion des activités des forgerons modernes semble exister dans ce domaine. Certains ateliers ont déjà mis en place des systèmes de fabrication en série pour produire les 3 000 à 4 000 dabas commandées par des négociants. Des opportunités de production industrielle de ces types d'outils agricoles et d'autres outils connexes (pelles, râteaux et pioches par exemple) semblent exister. Les ateliers de forgerons pourraient aussi élargir leurs gammes de produits et se lancer dans la fabrication d'objets en métal léger pour satisfaire la demande locale de seaux, d'arrosoirs et d'autres objets similaires.

Le GDBF, les donateurs et les institutions impliquées dans cette filière devront travailler en étroite collaboration pour rendre ce marché plus accessible aux forgerons, modernes et traditionnels. Les efforts

devraient en premier lieu faire en sorte de donner aux forgerons modernes un rôle majeur sur le marché du matériel à traction animale, en orientant les entreprises modernes vers des marchés nouveaux et plus sophistiqués. Les efforts de formation, en particulier ceux du CNPAR, doivent être revus et modifiés afin de les adapter aux besoins actuels - les efforts devraient à présent être orientés vers les forgerons traditionnels en vue d'améliorer leurs qualifications et d'accroître la gamme de leurs produits.

Problèmes auxquels sont confrontées les micro-entreprises

Les forgerons, modernes et traditionnels, se plaignent des difficultés qu'ils ont de se procurer les matières premières, les outils et l'équipement dont ils ont besoin. Certains forgerons modernes s'approvisionnent régulièrement en matières premières auprès du CNPAR. Le CNPAR les achète sur le marché local est les vend à prix coûtant aux forgerons "enregistrés". Bien que ce soit un avantage, leur coût est élevé (par rapport à la ferraille), et les forgerons doivent se rendre jusque dans les centres urbains pour se les procurer. Cette source n'est pas accessible aux forgerons non enregistrés, et pratiquement pas à tous les forgerons traditionnels, qui doivent acheter aux négociants ou aux marchands de ferraille.

La plupart des forgerons ont des difficultés à se procurer de nouveaux outils. Bon nombre de ces outils sont chers (une enclume coûte 100 000 FCFA) et les forgerons n'ont pas les moyens de les payer au comptant. La plupart voudraient aussi acheter des machines à souder, ce qui leur permettrait d'accroître leurs capacités, mais une telle dépense est presque toujours hors de leurs moyens.

La domination du marché du matériel à traction animale par les deux entreprises d'Etat est un problème particulier. Ces unités se sont lancée dans des activités de montage industriel par lots pour normaliser le matériel et réduire les coûts de production. A ce jour, très peu de forgerons modernes sont impliqués dans ce procédé. La pénétration du marché par les forgerons sera difficile tant que ces unités produiront sur une grande échelle et qu'elles maintiendront des relations étroites avec les pourvoyeurs de crédit destiné à l'achat de matériel.

Enfin, le rôle des importations dans cette filière est difficile à quantifier, mais il ne semble pas avoir d'impact négatif sur les perspectives d'expansion interne de la production. Les importations vont des charrues Maliennes bon marché dans l'Ouest du pays (qui coûtent 15 000 FCFA, soit la moitié du prix local) aux dabas peu coûteuses du Ghana et de la Côte d'Ivoire dans le Sud et aux pelles de la France à Ouagadougou. Certains petits marchés, ou créneaux de marché, sont manifestement perdus du fait de ces produits importés.

OPPORTUNITES POUR DES INTERVENTIONS A EFFET DE LEVIER

Dans la filière du matériel agricole, les interventions à effet de levier devraient mettre l'accent sur trois domaines principaux : le crédit, le "teneur de marché", et la politique gouvernementale. Tout effort entrepris dans cette filière nécessitera la participation active de tous les donateurs et des agences du GDBF concernés. Il y a un grand nombre d'intervenants, et le manque de coordination et de direction est manifeste.

Crédit : la force dynamique du marché

Jusqu'à 80 pour cent de toutes les ventes de matériel à traction animale sont assistées d'une forme quelconque de crédit ou de financement. La principale organisation octroyant du crédit est la Caisse nationale de crédit agricole (CNCA). La CNCA ne fait aucun prêt lorsqu'on achète aux forgerons, mais elle octroie des prêts lorsqu'on achète aux entreprises étatisées. Si la CNCA et d'autres agences étaient disposées à financer les achats faits auprès d'artisans, cela ouvrirait un vaste marché actuellement inaccessible à ces micro-entreprises.

En plus des politiques de la CNCA, le GDBF devrait encourager d'autres projets de développement, les ONG et les donateurs à acheter du matériel à traction animale aux artisans ruraux lorsque c'est possible. Ces agences font également des prêts ou des subventions aux paysans, et les paysans qui achètent aux artisans locaux devraient être couverts par ces programmes.

"Teneur de marché"

Le GDBF peut, et devrait, faire davantage d'efforts pour se servir de ses propres achats et des projets financés par les bailleurs de fonds comme "teneur de marché". Même si une petite part du Projet 30 000 charrues était orientée vers les forgerons modernes, elle pourrait leur donner une poussée considérable. De la même manière, le Projet 1 000 moulins présente une unique opportunité (et peut-être la seule) de pousser les unités industrielles vers un marché de matériel plus sophistiqué.

Les forgerons modernes devront avoir davantage accès aux matières premières et à l'équipement. Le GDBF, en collaboration avec les négociants, le CNPAR, le CNEA et les agences des bailleurs de fonds devrait chercher à mettre en place un système susceptible d'en faciliter l'accès aux forgerons. Il est impératif de mettre un système en place, de préférence grâce aux canaux commerciaux privés existants, ce qui faciliterait l'accès aux matières premières à un coût le plus bas possible.

Les deux grosses unités de production devraient se lancer sur de nouveaux marchés et dans de nouveaux produits, comme originairement envisagé. Ces unités n'avaient pas été prévues comme "industries" en tant que telles, mais en tant qu'unités de développement qui feraient de la recherche et du développement de produits pouvant être ensuite fabriqués et distribués. Ce rôle devrait leur être rendu, avec mandats spécifiques de se lancer dans des produits plus sophistiqués, comme les pompes à main, les pompes d'irrigation, les batteuses, les moulins à céréales, etc.

Les forgerons modernes, et dans une certaine mesure les forgerons traditionnels, devraient être encouragés et aidés à se lancer sur de nouveaux marchés et dans la production semi-industrielle d'outils manuels simples. L'accès aux matières premières est important dans ce cas, mais la connaissance des marchés potentiels, ainsi que les relations au système de distribution existant, sont ici les éléments clés. La production d'outils manuels et d'autres produits en métal léger sur une échelle relativement grande, qui pourraient être commercialisés par le réseau de distribution existant, représente un marché pour ces micro-entreprises encore inexploité .

Politique gouvernementale

Les forgerons doivent avoir davantage accès aux matières premières et à un équipement nouveau, au coût le plus bas possible. Le GDBF, en collaboration avec les négociants, le CNPAR, le CNEA, et

d'autres agences des donateurs peut leur en faciliter l'accès. De concert avec cette mesure, tout système permettant d'éliminer, ou peut-être de réduire, les droits d'entrée sur les matériaux destinés à la production de matériel agricole pourrait faire baisser les coûts des matières premières, les prix aux consommateurs, et stimuler la demande.

Le GDBF devrait faire davantage d'efforts pour se servir de ses achats et des projets financés par les bailleurs de fonds comme important "teneur de marché" pour le secteur des micro-entreprises au Burkina Faso. Deux bons exemples dans la filière du matériel agricole sont actuellement en cours - le Projet 30 000 charrues et le Projet 1 000 moulins. Le premier projet, si les commandes étaient passées aux forgerons, pourrait leur donner une poussée considérable. Le second donne au GDBF la possibilité d'essayer de diriger les producteurs industriels vers le marché plus sophistiqué du matériel agricole.

Le GDBF et les donateurs actifs dans cette filière devraient collaborer pour mettre au point d'autres politiques susceptibles d'encourager la décentralisation de la production du matériel à traction animale dans les deux à trois prochaines années. Cela n'a pas de sens que le GDBF supporte deux unités subventionnées qui se font concurrence et qui limitent l'accès au marché pour le secteur privé.

BURKINA FASO, STRATEGIE POUR MICRO-ENTREPRISE

Analyse de la filiére du matériel agricole

Annexe 1 - Evolution de la production du matériel á traction animale: 1981-1990

FIRME/PRODUIT	No. Catalogue	80/81	81/82	82/83	83/84	84/85	85/86	86/87	87/88	88/89	89/90	TOTAL
APICOMA												
Charrue Asine	BF 1A	1,687	2,810	2,457	1,630	576	614	834	278	113	427	11,426
Charrue Asine	BF 2AS	125	14	354	176	130	68	115	150	2	27	1,151
Charrue Bovine	BF 1B	77	1,369	435	0	232	247	284	550	366	301	3,861
Charrue Bovine	BF 2BS	644	1,446	1,124	0	1,083	264	302	433	528	75	5,899
Houe Manga (3 dents)	HM 3	1,062	3,161	2,157	1,910	310	506	564	306	363	486	10,825
Houe Manga (5 dents)	HM 5	3,061	2,099	1,579	541	154	178	227	205	145	202	8,391
Total Charrues		6,656	10,899	8,106	4,257	2,475	1,877	2,326	1,922	1,517	1,518	41,553
Ch. Tombereau		0	637	1,026	16	617	1,046	1,791	2,828	2,036	1,956	11,953
Charette P.P.A.		0	0	0	0	452	941	1,104	1,462	1,196	912	6,067
Charette G.P.		0	0	0	103	5	15	16	66	7	24	236
Total Charettes		0	637	1,026	119	1,074	2,002	2,911	4,356	3,239	2,892	18,256

FIRM/PRODUCT	No. Catalogue	80/81	81/82	82/83	83/84	84/85	85/86	86/87	87/88	88/89	89/90	TOTAL
C.N.E.A.												
Multiculteur(B5)	M9-5	561	0	0	N/A	0	13	11	0	21	N/A	606
Multiculteur(B3)	M9-3S	0	0	0	N/A	0	0	14	0	5	N/A	19
Multiculteur(A3)	M6-3S	0	0	0	N/A	0	26	11	0	10	N/A	47
Charrue Bovine 9"	CH 9"	3,766	2,821	3,705	N/A	2,395	3,513	2,369	1,506	2,446	N/A	22,721
Charrue Asine 6"	CH 6"	1,244	848	570	N/A	422	566	671	337	366	N/A	5,024
Houe Complet (5)	H 5S	0	32	41	N/A	70	0	83	119	54	N/A	399
Houe Complet (3)	H 3S	0	0	2	N/A	0	0	8	7	2	N/A	19
Houe Manga (5)	HM (A) 5S	0	0	0	N/A	5	6	71	105	13	N/A	200
Houe Manga (3)	HM (A) 3S	0	0	0	N/A	26	117	66	53	46	N/A	308
Total Charrues		5,571	3,701	4,318	0	2,918	4,241	3,504	2,127	2,963	0	29,343
Ch. Tombereau	TOMB	737	375	28	N/A	493	765	1,769	1,194	1,029	N/A	6,390
Charette P.P.A.	PP(B)	825	313	1,134	N/A	810	1,212	969	995	608	N/A	6,866
Charette G.P.	GP(T)	121	93	143	N/A	97	108	129	73	115	N/A	879

Total Charettes 0 14,135	1,683	781	1,305	0	1,400	2,085	2,867	2,262	1,752
FIRME/PRODUIT 89/90 TOTAL	**80/81**	**81/82**	**82/83**	**83/84**	**84/85**	**85/86**	**86/87**	**87/88**	**88/89**
APICOMA + C.N.E.A.									
Total Charrues 1,518 70,896	12,227	14,600	12,424	4,257	5,393	6,118	5,830	4,049	4,480
Total Charettes 2,812 32,391	1,685	1,418	2,331	119	2,474	4,087	5,778	6,618	4,981

SOURCES: APICOMA; Fiche polycopiée - Production APICOMA depuis 1975
C.N.E.A.; Fiche manuscrite - Situation des ventes 1975 - 1988/89

BURKINA FASO, STRATEGIE POUR MICRO-ENTREPRISE

Analyse de la filiére du matériel agricole

Annexe 2 - C.N.E.A.: Données financiéres comparées pour 1988-1990

PRODUIT DES VENTES POURCENTAGE	1987/88	%	1988/89	%	1989/90	PERCENT	TOTAL 88-90
PRODUIT DES VENTES							
Charettes 61.9%	259,201,986	67.6%	231,682,746	56.6%	346,324,950	61.7%	837,209,683
Charrues 38.1%	124,206,952	32.4%	177,350,632	43.4%	214,580,107	38.3%	516,137,692
Pousse-Pousse, etc 0	0	.0%	0	.0%	0	.0%	
Divers 0	0	.0%	0	.0%	0	.0%	
Matériaux 0	0	.0%	0	.0%	0	.0%	
Pénurie de stock 0	0	.0%	0	.0%	0	.0%	
Total Ventes	383,408,938		409,033,378		560,905,057		1,353,347,373
FRAIS GENERAUX D'EXPLOITATION							
Co Material Costs					Sincerely yours,		
Charettes 70.0%	181,444,866	70.0%	162,177,922	70.0%	242,427,465	70.0%	586,050,254
Charrues 70.0%	86,941,390	70.0%	124,145,442	70.0%	361,292,908		
Pousse-Pousse							
Divers							
Frais de personnel N/A	N/A	.0%	N/A	.0%	N/A	.0%	
Frais généraux d'exploitation N/A	N/A	.0%	N/A	.0%	N/A	.0%	
Frais administratifs N/A	N/A	.0%	N/A	.0%	N/A	.0%	
Frais de comercialisation N/A	N/A	.0%	N/A	.0%	N/A	.0%	
Total Dépenses 70.0%	268,386,256	70.0%	286,323,364	70.0%	392,633,540	70.0%	947,343,161
Bénéfice Net (ou Perte) 4.1%	31,178,046	8.1%	24,957,752	6.1%	N/A	.0%	56,135,798
Forgeron approvisionné N/A	N/A	.0%	N/A	.0%	N/A	.0%	

SOURCE: Entretiens avec le personnel comptable du C.N.E.A.
*P/D=pas disponible

BURKINA FASO, STRATEGIE POUR MICRO-ENTREPRISE

Analyse de la filiére du matériel agricole

Annexe 3 - APICOMA: Donnée financiéres comparées pour 1988-1990

PRODUIT DES VENTES POURCENTAGE	1987/88	%	1988/89	%	1989/90	PERCENT	TOTAL 88-90
PRODUIT DES VENTES							
Charrettes 72.3%	599,241,070	75.3%	299,296,587	74.3%	247,262,809	65.9%	945,800,467
Charrues 17.4%	98,946,595	18.7%	48,203,731	12.0%	80,866,751	21.6%	228,017,077
Pousse Pousse, etc 1.2%	7,588,900	.7%	6,415,115	1.6%	6,025,025	1.6%	16,029,040
Divers 5.0%	34,602,511	6.5%	25,869,543	6.4%	4,804,918	1.3%	65,276,972
Matériaux 2.8%	0	.0%	0	.0%	36,037,094	9.6%	36,037,094
Pénurie de stock 1.3%	(6,346,241)	-1.2%	23,258,907	5.8%	0	.0%	16,912,666
Total Ventes	530,032,835		403,043,883		374,996,597		1,308,073,315
FRAIS GENERAUX D'EXPLOITATION							
Coûts matiéres premiéres							
Charrettes 80.2%	299,802,143	75.1%	252,854,307	84.5%	206,066,700	83.3%	758,723,152
Charrues 83.3%	107,320,149	108.5%	38,054,013	78.9%	44,640,899	55.2%	190,015,063
Pousse-Pousse 59.5%	2,134,533	59.5%	1,060,275	16.5%	6,342,830	105.3%	9,537,639
Divers 49.4%	11,438,869	33.1%	9,836,375	38.0%	10,945,902	227.8%	32,221,147
Frais de personnel 9.6%	32,259,213	6.1%	39,016,668	9.7%	47,387,564	12.6%	118,663,445
Frais généraux d'exploitation 6.1%	16,368,513	3.1%	33,644,157	8.3%	24,712,409	6.6%	74,725,079
Frais administratifs 1.4%	3,588,461	.7%	7,143,461	1.8%	6,541,992	1.7%	17,273,914
Frais de commercialisation 2.3%	9,628,309	1.8%	8,131,277	2.0%	10,989,424	2.9%	28,749,010
Total Dépenses 94.0%	482,540,190	91.0%	389,740,533	96.7%	357,627,720	95.4%	1,229,908,445
Bénéfice Net (ou Perte) 6.0%	47,492,645	9.0%	13,303,350	3.3%	17,368,877	4.6%	78,164,872
Forgeron approvisionné 17.3%	24,389,500	24.6%	6,470,750	13.4%	8,535,500	10.6%	39,395,750

SOURCE: BILAN ET COMPTES D'EXPLOITATION of APICOMA; 1987/88, 1988/89, 1989/90

BURKINA FASO, STRATEGIE POUR MICRO-ENTREPRISE

Analyse de la filiére du matériel agricole

Appendix 4 - List of Documents Consulted:

Source/Author **Title & Date**

The GEMINI Project; *A Field Manual for Subsector Practicioners*, April 1991

SIDETEC France; *Etude du Developpement du Machinisme Agricole: Rapport Definitif (Etude Detaillee Par Pays)*, Mars 1987

SIDETEC France; *Etude du Developpement du Machinisme Agricole: Rapport Definitif (Synthese)*, Mars 1987

SIDETEC France; *Etude du Developpement du Machinisme Agricole: Rapport Definitif (Resume)*, Mars 1987

Chambre de Commerce d'Industrie et d'Artisanat du Burkina Faso; *Programme d'Appui a la Creation et au Developpement des Petites Entreprises du Burkina Faso*, Juillet 1990

Societe de Developpement International Desjardins; *Projet d'Appui au Secteur Non-Structure de Ouagadougou, Republique du Burkina Faso*, (SDID 4412-00-30(6037)) Juin 1989

M. IMBODEN, *Appui au Fonds d'Assistance ARCOMA-COREMA au Haute Volta - Rapport de Fin de Mission*, FAO, Rome 1982

BIJMAN & ZAMPOU (JUDICOME); *Etude Perspective sur le Machinisme Agricole au Burkina Faso*, Avril 1989

Ministere de l'Agriculture et de l'Elevage; *Dossier Mechanisation Agricole*, undated

Dossier Machinisme Agricole; *Le Machinisme Agricole en Afrique selon la FAO: situation et perspectives*, Afrique Agriculture - No. 161, Fevrier 1989

Centre National d'Equippement Agricole; *La Politique de Diffusion et de Vulgarisation du Materiel Agricole au Burkina Faso*, Ouagadougou, Fevrier 1991

Ambassade des Pays Bas; *Culture Attelee au Burkina Faso: Bilan et Perspectives*, November 1989

BURKINA FASO, STRATEGIE POUR MICRO-ENTREPRISE

Analyse de la filiére du matériel agricole

Appendix 5 - List of Persons Contacted:

Date	Name; Title & Organization, Location
19/04/91	M. Claude BRASSEUR; Conseiller Technique Principal at the Cellule de Technologie Appropriée (Projet BIT - BKF 87/0057), Ouagadougou
19/04/91	M. Zouboiusse Paul SENI; Directeur of APICOMA (Atelier Pilote de Construction de Materiel Agricole), Zone Industrielle de Kossodo (Ouagadougou)
22/04/91	M. Terimpar Ignace SOME; Directeur of the Centre National d'Equippement Agricole, Ouagadougou
22/04/91	M. Joseph POGONE; Chef d'Atelier at the Centre National d'Equippement Agricole, Ouagadougou
22/04/91	M. YAMEOGO Marc; Proprietor of the Etablissement YAMEOGO Marc (private metal workshop), Ouagadougou
23/04/91	M. Pierre FROSSARD; Co-Coordinateur of the Programme d'Appui à la Promotion des Artisans, Ouagadougou
23/04/91	M. Bello MOUSSO; Co-Coordinateur of the Programme d'Appui à la Promotion des Artisans, Ouagadougou
24/04/91	M. Abdoulaye SIDIBE; Responsable de la Cellule Assistance aux Opérateurs Economiques à la création des Entreprises de la Chambre de Commerce, Bobo-Dioulasso
24/04/91	M. TRAORE S.; Proprietor of the Atelier de Technologie et de Services (ATS), Bobo-Dioulasso
24/04/91	M. Gorban GHAZI; Directeur of Profimetaux, Bobo-Dioulasso
25/04/91	M. TRAORE Martin; Agent de Vente at the ARCOMA (workshop affiliated with CNEA), Bobo-Dioulasso
25/04/91	M. OUEDRAOGO Zacharie; Directeur of the Centre de Perfectionnement des Artisans Urbains (CPAU), Bobo-Dioulasso
26/04/91	M. COMPAORE Hubert; Directeur of the Centre Regionale de Perfectionnement des Artisans Rurals (CRPAR), Bobo-Dioulasso
26/04/91	M. TRAORE Baba Danouma; Chef de Service Commercialisation Primarie at SOFITEX, Bobo-Dioulasso

26/04/91 M. GIBIER Conate; Chef de Production des Tracteurs at SOFITEX, Bobo-Dioulasso

26/04/91 M. NAULEAU; Conseil Technique Principal at the Projet Petit Motorisation (at SOFITEX), Bobo-Dioulasso

26/04/91 M. SOGODOGO Mamadou; Proprietor of an Atelier Forgerons et Metalique, Bobo-Dioulasso

26/04/91 M. PARE Adama; Proprietor of an Atelier Forgerons et Metalique, Bobo-Dioulasso

26/04/91 M. DRABO Mamadou; Conseiller Technique at the Service Assistance Conseil et Soutien (SACS) at the CRPAR, Bobo-Dioulasso

27/04/91 M. SEKOU Kante; Traditional blacksmith in the village of Sala, (Houet Province)

27/04/91 M. SANU Draman; Traditional blacksmith in the village of Sala, (Houet Province)

27/04/91 M. SONGEBANE Omar; Proprietor of the Forge Moderne de Duhoun in the village of Dohoun (Houet Province)

29/04/91 M. TENE Boukary Zampou; Directeur of JUDICOME (Bureau d'Etude et Conseil Juridique et Commercial), Ouagadougou

29/04/91 M. OUEDRAOGO Moctar; Chef Comptable at the Centre Nationale de l'Equippement Agricole (CNEA), Ouagadougou

30/04/91 M. OUEDRAOGO Rasmane; Secretarie General at the Caisse Nationale de Credit Agricole (CNCA), Ouagadougou

30/04/91 Mme. ZIGU Agnes; Directrice de la Formation at the Centre Nationale de Perfectionnement des Artisans Rurals (CNPAR), Ouagadougou

30/04/91 M. KABORE Roger; Directeur du Service Assistance Conseil et Soutien (SACS) at the Centre Nationale de Perfectionnement des Artisans Rurals (CNPAR), Ouagadougou

30/04/91 M. KABORE Barnade; Chef de Section Forgerons at the Centre Nationale de Perfectionnement des Artisans Rurals (CNPAR), Ouagadougou

01/05/91 Dr. Heinz-W. STRUBENHOFF; Agricultural Economist with the consulting firm GFA, Hamburg GERMANY (GFA is conducting a study, at the request of KfW, for the market for animal drawn ploughs in Burkina, in conjunction with the Projet 30,000 Charrues)

01/05/91 M. Robert DENEVE; Rural Development Consultant with the Consulting firm GFA, Brussels, BELGIUM

02/05/91 Private artisanal blacksmith production shop located in the village of Saaba, 12 Km outside of Ouagadougou

03/05/91 M. SON Gouyahali; Chercheur at ESFIMA (Eau, Sol, Fertilisation, Irrigation et Machinisme Agricole) at INERA (Institut National d'Etude et de Recherche Agronomique), Ouagadougou

03/05/91 M. KABORE Alain; Chef de Cellule de Yako at the Projet d'Appui aux Artisans, Yako (Passore Province)

03/05/91 M. DIENDERE Napingoebson Saidu & BELEM Pierre; Owner/Operators of a modern blacksmith shop in Yako (Passore Province)

06/05/91 M. GANOU Alhassan; Responsable Commerciale at APICOMA (Atelier Pilote de Construction de Materiel Agricole), Zone Industrielle de Kossodo (Ouagadougou)

07/05/91 Responsable Commerciale at CNEA, Ouagadougou

07/05/91 M. Christian LEMPELIUS; Socio-Economic Consultant, Saint Louis, SENEGAL (M. LEMPELIUS is conducting a study on the market for grain mills, in conjunction with the Projet 1,000 Moulins)

30/04/91 M. OUEDRAOGO Rasmane; Secrétaire Général à la Caisse Nationale de Crédit Agricole (CNCA), Ouagadougou

30/04/91 Mme SIOU Agnès; Directrice de la Formation au Centre National de Perfectionnement des Artisans Ruraux (CNPAR), Ouagadougou

30/04/91 M. KABORE Roger; Directeur du Service Assistance Conseil et Soutien (SACS) au Centre National de Perfectionnement des Artisans Ruraux (CNPAR), Ouagadougou

30/04/91 M. KABORE Barnade; Chef de la Section Forgerons au Centre National de Perfectionnement des Artisans Ruraux (CNPAR), Ouagadougou

01/05/91 Dr. Heinz-W. STRUBENHOFF; Agro-économiste du bureau d'étude GFA, Hambourg, Allemagne (A la demande de KfW, GFA est en train de faire une étude du marché des charrues à traction animale au Burkina, conjointement avec le Projet 30 000 charrues)

01/05/91 M. Robert DENEVE; Consultant Développement rural du bureau d'étude GFA, Bruxelles, Belgique

02/05/91 Atelier privé de forgeron artisanal dans le village de Saaba, à 12 km de Ouagadougou

0/05/91 M. SON Gouyahali; Chercheur chez ESFIMA (Eau, Sol, Fertilisation, Irrigation et Machinisme Agricole) à l'INERA (Institut National d'Etude et de Recherche Agronomique), Ouagadougou

03/05/91 M. KABORE Alain; Chef de cellule de Yako, Projet d'appui aux artisans, Yako (Province de Passore)

03/05/91 M. DIENDERE Napingoebson Saidu & BELEM Pierre; Propriétaires/Exploitants d'un atelier de forgeron moderne à Yako (Province de Passore)

06/05/91 M. GANOU Alhassan; Responsable commercial chez APICOMA (Atelier pilote de construction de matériel agricole), Zone industrielle de Kossodo (Ouagadougou)

07/05/91 Responsable commercial chez CNEA, Ouagadougou

07/05/91 M. Christian LEMPELIUS; Consultant socio-économique, Saint-Louis, Sénégal (M. LEMPELIUS fait une étude du marché des moulins à céréales, conjointement avec le Projet 1 000 moulins)